

## DAFTAR PUSTAKA

- Erni Setyowati, Wiyadi, M Farid Wajdi. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Pemediasi.
- M Isa, R Istikomah. (2020). Analisis Perilaku Konsumen Dalam Keputusan Pembelian Makanan di Kota Surakarta.
- UY Listianti, EP Saputro. (2018). Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Kemudahan Dan Persepsi Manfaat Terhadap Minat Penggunaan E-Money Pada Mahasiswa Feb Ums.
- Abdurrahman, Adi Sukma. (2012).”Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Melalui Social Networking Websites”. Fakultas Ekonomi, Universitas Gunadarma.
- Adi, Made Mertha Prabawa. (2012). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Sikap Wajib Pajak terhadap Kepatuhan Pelaporan Wajib Pajak Orang Pribadi Di Kantor Pelayanan Pajak Pratama Badung Utara. *Media Bina Ilmiah*. Vol.6, No.2:51-55. ISSN No. 1978-3787.
- Adiningsih, F. (2018). Pengaruh Kepercayaan, Kualitas Informasi, Persepsi Resiko, Keamanan Dan Kemudahan Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online (Studi Kasus Pada Mahasiswa Program Studi Akuntansi Angkatan 2014 Universitas Muhammadiyah Surakarta) (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Surakarta).
- Ardyanto, Denni, Heru Susilo dan Riyadi. (2015). Pengaruh Kemudahan dan Kepercayaan Menggunakan E-Commerce terhadap Keputusan Pembelian Online (Survei pada Konsumen [www.petersaysdenim.com](http://www.petersaysdenim.com)). *Jurnal Administrasi dan Bisnis (JAB)*. Volume 22. Nomor 1.
- Augusty, Ferdinand. (2006). *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian untuk skripsi, Tesis dan Disertai Ilmu Manajemen*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Azwar, Saifuddin. (2009). *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Bloemer, J., de Ruyter, K. and Wetzels, M. (1999), “Linking perceived service quality and service loyalty: a multi-dimensional perspective”. *European Journal of Marketing*. Vol. 33 Nos 11/12, pp. 1082-95.
- Chapell, A. (2005). Eye on privacy. *Target Marketing*, 28(10), 27

- Chen, S.C. dan Dhillon, G.S. (2003). Interpreting Dimensions of Consumer Trust in eCommerce, *Information Technology dan Management*, 4, 303-318.
- Creswell, J.W. (2012). *Educational ReSEARCH: Planning, Conducting, and Evaluating Quantitative and Qualitative Research* 4th Edition. Boston: Pearson.
- Corbit, B. J., Thanasankit, T., dan Yi, H., (2003). Trust and E-commerce: a Study of Consumer Perceptions, *Electronic Commerce Research and Application*, 2: 203-215.
- Dias, Arthur. (2012). Analisis Kepercayaan Konsumen Terhadap Situs Jual Beli Tokobagus.com: Antecedents Dan Outcome. Tesis. Fakultas Ekonomi Program Studi Magister Manajemen Kekhususan Manajemen Pemasaran, Universitas Indonesia.
- Djarwanto PS, dan Subagyo, Pangestu. (2005). *Statistik Induktif*. Edisi Kelima. Yogyakarta : BPF.
- Don Peppers, and Marta Rogers. (2004). *Managing Customer Relationship*. Canada: Willey.
- Dwiyanto, Muhammad Ghofur. (2019). Pengaruh Kepercayaan, Kualitas Pelayanan dan Persepsi Resiko Terhadap Keputusan Pembelian Online pada E-CommerceLazada. Tesis. Medan : Program Studi Magister Ilmu Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Sumatera Utara
- Elliot, S., & Fowel, S. (2000). "Expectations versus reality: A Snapshot of Consumer experiences with internet retailing". *International Journal of Information Management*, Vol 20: 323-336.
- Fandy Tjiptono. (2012). *Strategi Pemasaran*, ed. 3, Yogyakarta, Andi
- Fajar Arie Haryosongko. (2015) dengan judul Pengaruh Persepsi Risiko, Persepsi Kemudahan, Dan Persepsi Manfaat Terhadap Minat Pembelian *Online* Pada Website Lazada.co.id di Kota Malang
- Ferrinadewi, Erna. (2008). *Merek & Psikologi Konsumen Implikasi pada Strategi Pemasaran*, edisi Pertama, Graha Ilmu, Yogyakarta
- Fitrianis, Hakul. (2017). "Pengaruh Persepsi Risiko, Kemudahan, dan Manfaat Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online di Instagram".
- Gazali, Alex Valentino; dan Suyasa, P Tommy Y. S. (2019). The Role of the Perceived Risk to Purchase Decision (For Consumers Who Use Online

- Shopping Technology). *Advances in Social Science, Education and Humanities Research*, volume 439 Tarumanagara International Conference on the Applications of Social Sciences and Humanities (TICASH 2019), Pp. 375 – 379.
- Gefen, D., Karahanna, E., & Straub, D. W. (2003). Trust and TAM in Online Shopping: An Integrated Model Trust and TAM in Online Shopping: an Integrated Model. Source: *MIS Quarterly* *MIS Quarterly*, 27(1), 51–90
- Ghozali, Imam. 2006. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS (Edisi Ke 4)*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. 2011. “Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS”. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hair, Joseph E, Jr et.al. (2010) *Multivariate Data Analysis 7 th Edition*. Pearson Education Limited, Harlow. England
- HARDIANTI, V. I. N. D. I. (2017). *Peluang Dan Tantangan Perbankan Syariah Dalam Menghadapi Era Digital Banking* (Doctoral dissertation, Institut Agama Islam Negeri Palopo).
- Hartono, C., Silintowe, Y. B., & Huruta, A. D. (2021, April). The Ease of Transaction and E-Service Quality of E-Commerce Platform on Online Purchasing Decision. (*BISMA*) *Bisnis dan Manajemen*, 13(2), 81-93.
- Haulina Hardiyanti. (2012). “Kepercayaan Pada Penjual dan Persepsi Akan Risiko Pada Keputusan Pembelian Melalui Internet (Online).” (Tidak Dipublikasikan), Fakultas Ilmu Sosial Dan Humaniora, Universitas (yogyakarta).
- Harris,C.L; Dan Goode, Mark M.H. (2010). *Online servicescapes, trust, and purchase intentions*,
- Hillson, D. A. & Murray-Webster R. 2005. *Understanding and managing risk attitude*. Aldershot, UK: Gower
- Husein Umar. 2013. *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis*. Jakarta: Rajawali
- Irawan, I. A. S. (2017). *Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Risiko, Dan Fitur Layanan Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Internet Banking Bank Mandiri Di Surabaya* (Doctoral dissertation, STIE Perbanas Surabaya).

- Kalakota dan Whinston, 1997. “Aplikasi IT untuk UKM Menghadapi Persaingan Global” (Penerjemah M. Suyanto), Artikel, Kedaulatan Rakyat, Yogyakarta.
- Kim, D. J., Ferrin, D. L., & Rao, H. R. (2008). A trust-based consumer decision-making model in electronic commerce: The role of trust, perceived risk, and their antecedents. *Decision Support Systems*, 44(2), 544–564
- Kotler, P dan Kevin Lane Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Ketiga Belas Jilid1.Jakarta: Erlangga.
- Koufaris, M.,Hampton-Sosa, W. 2004. *The development of initial trust in an online company by new customers*, *Information and Management*, January, (41:3),pp. 377-397.
- Kusumah, Ridwan Zia. 2010. Analisis Pengaruh Kualitas Produk, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Restoran Waroeng Taman Singosari di Semarang.
- Laudon K. C., dan J. P. Laudon. 1998, *Management Information System: Organization and Technology*. (Penerjemah Pipin Widyaningsih, Mustafid dan Adian Fatchur Rochim) 5th edition. Upper Saddle River, NJ:PrenticeHall Inc.
- Liao, Z., dan Cheung, M.T. 2001. An Analytical Framework for Evaluating E Commerce Business Models and Strategies. *Internet Research: Electronic Networking Applications and Policy*. Vol. 11, No.4.
- Lui, Hung Kit dan Jamieson, Rodger. (2003). Integrating Trust and Risk Perceptions in Business to Consumer Electronic Commerce with Technology Acceptance Model. *ECIS 2003 Proceedings*. Paper 60.
- Maulina Hardiyanti, 2012, “Kepercayaan Pada Penjual dan Persepsi Akan Risiko Pada Keputusan Pembelian Melalui Internet (*Online*)”, Skripsi (tidak dipublikasikan), Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga, Yogyakarta.
- Masoud, Emad Y. 2013. The Effect of Perceived Risk on Online Shopping in Jordan. *European Journal of Business and Management*, 5(6)
- McKnight, D. Harrison, Vivek Choudhury, and Charles Kacmar. 2002. Developing and Validating Trust Measure for *E-Commerce*: An Integrative Typology. *Information System Research*. Vol. 13, p334-359.

- Moorman, Christin, Gerald Zaltman and Rohit Deshpande. 1993 Factors Affecting Trust in Market Research Relationship, *Journal Marketing Research*, Vol 57 (January), 81- 101.
- Mowen, John C., dan Michael Minor. 2002. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Erlangga
- Mukherjee, A., dan Nath, P., 2003. A Model of Trust in Online Relationship Banking, *International Journal of Bank Marketing*, 21 (1): 5-15.
- Murwatiningsih, & Apriliani, E. P. (2013). Apakah kepercayaan konsumen lebih efektif daripada risiko dan harga? *Jurnal Dinamika Manajemen*, 4(2), 184–191.
- Oglethorpe, J.E and Monroe, B.K. 2008. Determinant of Perceived Health and Safety Risk of Selected Hazardous Product and Activities. *Journal of Consumer Research*. No. 28 pp. 326-346.
- Parasuraman, A, Valarie A. Zeithaml, and Leonard L. Berry. 1988. SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality. *Journal of Retailing*. Vol 64 (1) pp 12-37
- Parasuraman, Zeithaml, and Berry, 2010, *Delivery Service Quality Balancing Customer Perceptions and Expectation*, The Free Press A Division of McMillan, Inc, New York
- Parasuraman, A. P., Zeithaml, V., & Malhotra, A. (2005). "E-S-Qual: A MultipleItem Scale for Assessing Electronic Service Quality". *Journal of Service Research*, 7, 213–233.
- Park, Chung-Hoon., and Young-Gul Kim.. 2006, "The Effect of Information Satisfaction and Relational Benefit on Consumers *Online* Site Commitmennts", *Journal of Electronic Commerce in Organizations*, 4 (1), hal. 70-90.
- Pavlou, P. A., dan Gefen, D. 2002. Building Effective *Online* Marketplaces with Institution-based Trust, *Proceedings of Twenty-Third International Conference on Information Systems*, pp. 667-675.
- Peppers, Done dan Rogers, Marta. (2004). *Managing Customer Relationship*. Canada: Wiley
- Priskila, Tisia. (2018). Pengaruh Kepercayaan dan Resiko Terpersepsi Terhadap Keputusan Pembelian Daring dengan Harga Terpersepsi Sebagai Variabel

- Pemoderasi (Studi Kasus Pada Shopee Indonesia). *Business Management Journal* Vol.14 (No. 2) : 75 - 153. Th. 2018.
- Putra, B. A. P. W., Rochman, F., & Noermijati, N. (2017). the Effect of Trust, Risk, and Web Design on Consumer Intention By Means of Consumer Attitude To Purchase Online. *Jurnal Aplikasi Manajemen*, 15(3), 472–479
- Purwaningrum, M. R., & Pasaribu, L. H. (2021). The Influence of Service Quality, Promotion, and Secure Transaction Towards Purchase Decision (Study Case on Tokopedia. com). *Enrichment: Journal of Management*, 12(1), 190-196.
- Purwanto, Agus; Erwan dan Sulistyastuti, Dyah Ratih. (2007). Metode Penelitian Kuantitatif, Untuk Administrasi Publik, Dan Masalah-masalah Sosial. Metode Penelitian Kuantitatif, Untuk Administrasi Publik, Dan Masalah-masalah Sosial. Yogyakarta: Gaya Media
- Raje, Archana., dan Vandana, Tandon Khanna. 2012. Impact of E-Service Quality on Consumer Purchase Behaviour in an On-line Shopping. *IJCSMS International Journal of Computer Science and Management Studies*,12 (02), hal.1-5.
- Raman, Arasu., dan Viswanathan, A. 2011. Web Services and e-Shopping Decisions: A Study on Malaysian e-Consumer. *IJCA Special Issue on: Wireless Information Networks & Business Information System*, hal.54-60
- Rofiq, Ainur, Nanang Suryadi, and Nita Nur Faidah. “Peran Ekuitas Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Industri Telepon Seluler.” In *The 3rd National Conference on Management Research*, 1–14. Bandung, 2009. <http://ainurrofiq.lecture.ub.ac.id/files/2012/02/MP.PERANAN-EKUITASMEREK-TERHADAP-LOYALITAS-PELANGGAN-PADA.pdf>.
- Schiffman, Leon dan Leslie Lazar Kanuk. 2008. *Perilaku Konsumen*. Edisi ke 7. Jakarta : Indeks.
- Sfenrianto; Novasra, Wendie; Nainggolan, Kaman; Frieyadie. Yel, Mesra Betty. (2020). Analysis Of Customer Confidence On Purchase Decision At Online Banking. *Prosiding Semirata International Conference 2002*, Pp. 43-50, FEB Universitas Tanjungpura: Pontianak.
- Sholichin, A. S., & Wisnalmawati, W. (2021). The Effect Of Price, Transaction Security, Online Consumer Review, and Viral Marketing on Purchase

- Decision in E-Commerce Shopee. *Jurnal REKOMEN (Riset Ekonomi Manajemen)*, 4(2), 121-132.
- Sihombing, Danny. 2012. Online Shop Jadi Trend di Tahun 2012. <http://ekonomi.kompasiana.com/bisnis/2012/01/13/online-shop-jadi-trend-di-tahun-2012-430058.html>
- Sugiyono. 2008. Metodologi Penelitian Bisnis. CV Alfabeta. Bandung.
- Sugiyono, 2011. Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & B, Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2014). Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: PT Alfabet.
- Suresh, A.M., dan Shashikala R. 2011. Identifying Factors of Consumer Perceived Risk towards *Online* Shopping in India. *IPEDR*. 12. hal.336-341.
- Suryani, Tatik. (2008). Perilaku Konsumen: Implikasi Pada Strategi Pemasaran, Penerbit Graha Ilmu, Yogyakarta.
- Szymanski & Hise. (2000). E-Satisfaction: An Initial Examination. *Journal of Retailing*. Vol 76 No 3 Hal 309-322.
- Tan, Y., dan Thoen, W., 2000. Formal Aspects of a Generic Model of Trust for Electronic Commerce, *Proceedings of the 33rd Hawaii International Conference on System Sciences*, pp. 1-8.
- Thomson, 2013. Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Konsumen Pada Warung Ucok Durian Iskandar Muda Medan Terhadap Keputusan Pembelian. *FE USU*.
- Priyambodo, L., Tjiptono, F. S., & Suyoto, M. (2012). M-Commerce in Indonesia: Problems and Prospects. *International Journal of Computer Applications & Information Technology*, 1(2), 71-76.
- Turban, et al. 2004. *Electronic Commerce: A Managerial Perspective*. New Jersey: Prentice Hall.
- Uma Sekaran, 2006, *Research Methods For Business*, Edisi 4, Jakarta: Salemba Empat.

W.Edwards Deming, Philip B. Crosby dan Joseph M.Juran dalam Zulian Yamit  
Zulian Yamit 2005

Wary, Annisha (2017). PENGARUH PERSEPSI RISIKO DAN KEPERCAYAAN  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ONLINE (Studi Pada Mahasiswa  
S-1 Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sumatera  
Utara),Universitas Sumatera Utara: Sumatera Utama.

Winardi. (2010). Kepemimpinan dan Manajemen. PT Rineka Cipta. Jakarta.

Yamit, Zulian. (2001). Manajemen Kualitas Produk dan Jasa. Yogyakarta: Ekonisia.