

DAFTAR PUSTAKA

- Adam, D. A., R. R. Nelson, dan P. A. Todd, (1992), "Perceived Usefulness, Ease of Use and Usage of Information Technology: A Replication", *MIS Quarterly* , 16/2: 227-250
- Akbar, M. M., dan Parvez, N., 2009, Impact of Service Quality, Trust, and Customer Satisfaction on Customer Loyalty, *ABAC Journal*, 29 (1), pp 24-38
- Andika, I.W.A., dan Rastini, N.M., "Pengaruh Variabel Demografi Dan *Technology Readiness* Terhadap Perilaku Belanja *Online* Di Kota Denpasar".
- APJII. <http://www.apjii.or.id/v2/read/article/Statistik/262/statistik-internet-indonesia-.html>
- Bhatnagar, A., Misra, S. and Rao, H.R. (2000), On risk, convenience, and internet shopping behavior, *Communications of the ACM*, Vol. 43 No. 11, pp. 98-105.
- Davis, F. D., (1989), "Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of InformationTechnology", *MIS Quarterly* , 13/3: 319-339.
- Ghozali, Imam, 2005. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*, Edisi Ketiga, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- Gefen, D., Karahanna, E. and Straub, D.(2003), Trust and TAM in Online shopping: an integrated model. *MIS Quarterly*, 27(1):51-90.
- Hawes, J. and Lumpkin, J. (1986), Perceived risk and the selection of a retail patronage mode, *Journal of the Academy of Marketing Science*, Vol. 14 No. 4, pp. 37-42.
- Internet World Stats. *Usage and Population Statistics*. <http://www.internetworldstats.com/stats8.htm>
- Kienan, Brenda. (2001). *E-commerce untuk Perusahaan Kecil*. Terjemahan Kowa, Frans. PT Elex Media Komputindo, Jakarta.
- Kotler, Philip. (2002). *Manajemen Pemasaran*, edisi millennium, jilid 1. PT. Prenhalindo, Jakarta. (p529-p534)
- Kotler dan Armstrong. (2004). *Dasar-Dasar Pemasaran*, Jilid-2, Edisi ke-9. PT. Indeks Kelompok Gramedia, Jakarta. (p430, p639)
- Kotler, Philip., Amstrong. (2004). *Prinsip-prinsip pemasaran* (10th ed.). Jakarta: PT. Indeks Kelompok.

- Kotler dan Keller, 2009, *Manajemen Pemasaran, Edisi 13, Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Kustiawan, R., dan Kuncora, I.A, “Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Konsumendalam Melakukan Pembelian Makanan Ringan Secara *Online*”.
- Lenterak, 2013, *Belanja Online (Belanja Daring)*. <http://lenterakecil.com/belanja-online-belanja-daring/>.
- Moorman C, Gerald Zaltman, and Rohit Deshpande. 1992. Relationship Between Providers and Users of Marketing Research: The Dynamics of Trust Within and Between Organization. *Journal of Marketing Research*. Vol. 29, No. 3 (August, 1992), pp. 314-328. Available at: <http://www.jstor.org> [Accessed on June 4, 2008]
- Morgans Robert M and Shelby D Hun. 1994. The Commitment-Trust Theory of Relationship Marketing. *Journal of Marketing*. Vol. 58. No. 3, pp. 20-38. Available at: <http://www.jstor.org> [Accessed on May 6, 2008]
- Murwatiningsih, dan Erin, A.P, 2013, “ Pengaruh Risiko Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Kepercayaan Konsumen”, *Jurnal Dinamika Manajemen, Vol. 4, No. 2, 2013*, pp: 184-191
- Newholm, T., McGoldrick, P., Keeling, K., Macaulay, L. and Doherty, J. (2004), Multi-story trust and online retailer strategies, *International Review of Retail, Distribution & Consumer Research*, Vol. 14 No. 4, pp. 437-56.
- Pikkarainen, T., Pikkarainen, K., Karjaluoto H., & Pahnla, S. (2004). Consumer Acceptance of Online Banking: An Extension of the Technology Acceptance Model. *Internet Research*. Vol. 14 No. 3: pp 224-235.
- Rubianti, R., 2014, “Minat Membeli Di Media *Online* Ditinjau Dari Tipe Kepribadian”, *Jurnal Online Psikologi*, Vol. 02, No. 01, Thn. 2014
- Schiffman and Lazar Kanuk, 2000, *Costumer behaviour*, Internasional Edition, Prentice Hall
- Suhari,Y.,2008, “Keputusan Membeli Secara Online dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhinya”, *Jurnal Teknologi Informasi Dinamik Volume XIII, No.2, Juli 2008 : 140-146*
- Suryadharma, I.K.A., dan Santika, I.W., “Pengaruh Variabel Sosial, Kepribadian, Kontrol Diri, Jenis Kelamin, Dan Uang Saku Terhadap Keputusan Belanja *Online* Remaja Di Kota Denpasar”.
- Susanti, V., dan Hadi, C., 2013, “Kepercayaan Konsumen dalam Melakukan Pembelian Gadget secara *Online*”, *Jurnal Psikologi Industri Dan Organisasi*, Vol. 02. No. 01, April 2013

- Waran, Ediko, 2009, *Perkembangan Teknologi Komunikasi Online Edisi Ke: 3050*, Jakarta: Universitas Indonesia.
http://id.wikipedia.org/wiki/Belanja_daring
- Widiana, M.E., Supit, H., dan, Hartini, S., 2012, “Penggunaan Teknologi Internet Dalam Sistem Penjualan *Online* Untuk Meningkatkan Kepuasan Dan Pembelian Berulang Produk Batik Pada Usaha Kecil Dan Menengah Di Jawa Timur”, *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, Vol.14, No. 1, Maret 2012: 71–81
- Widya, N., 2010, “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen Dalam *Online Shop*”.