

## DAFTAR PUSTAKA

- Anwar, R., & Adidarma, W. (2016). Pengaruh Kepercayaan dan Risiko pada Minat Beli Belanja Online. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Sriwijaya*, 14(2), 155–168.
- Aribowo, D. P. J., & Nugroho, M. A. (2013). Pengaruh Trust dan Perceived of Risk Terhadap Niat untuk Bertransaksi Menggunakan E-commerce. *Jurnal Nominal*, 2(1), 11–35.
- Black, James A., Dean J. Champion. 2001. *Metode dan Masalah Penelitian*. Bandung: PT Refika Aditama
- Browan, M.W and Cudeck, R., 1993, *Alternative Ways of Assesing Model Fit*, In K.A. Bollen & J.S. Long (Eds), *Testing Structural Equation Models*, California, London, New Delhi Sage Publication Inc.
- Byrne, Barbara M., (2001), *Structural Equation Modelling with AMOS: Basic and Concepts, Applications and Programming*, New Jersey:Lawrence Erlbaum Associated Publishers
- Davis, F. D. (1989). Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology. *MS Quartely*, 13(2), 318-340
- Faradila, R. S. N., & Soesanto, H. (2016). Analisis Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Persepsi Manfaat terhadap Minat Beli dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening (Studi pada Pengunjung Toko Online berrybenka . com di Kalangan Mahasiswa Universitas Diponegoro). *Jurnal Studi Manajemen Dan Organisasi*, 13, 149–160.
- Farki, A., Baihaqi, I., & Wibawa, B. M. (2016). Pengaruh Online Customer Review dan Rating Terhadap Kepercayaan dan Minat Pembelian pada Online Marketplace di Indonesia. *Jurnal Teknik ITS*, 5(2), 1–6.
- Ghozali, I. & Fuad. 2008. *Structural Euation Modelling*. Semarang: Universitas Diponegoro
- Ghozali, Imam (2005), *Model Persamaan Struktural; Konsep dan Aplikasi dengan Program AMOS Ver.5.0*, Semarang, Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Hair, Joseph F. *Et al.*, (2006), *Multivariate Data Analyis*, 6<sup>th</sup> ed. Upper Saddle River, New Jersey: Pearson Education, Inc
- Hasan. Iqbal, 2002, *Pokok-pokok Materi Metodologi Penelitian dan Aplikasinya*, Jakarta: Ghalia Indonesia

- Kotler, Philip & Kevin L. Keller. 2012. *Marketing Management*, 14th edition. New Jersey: Prentice Hall
- Kuswati, Rini. (2011). Nested Model of Analysing Influence of Time Orientation On Behaviour of Avoiding Television Advertising. *Jurnal Proseding Seminar International Industri In Global World*, ISBN : 978-979-636-118-2
- Kuswati, Rini., Delima, Hafi. (2014). The Effect of Knowledge Internet Technology And Customer Trust Towards Online Shopping Intention, *Sancall*, 148-153.
- M. Iqbal Hasan. (2002). *Pokok-Pokok Materi Metodologi Penelitian dan Aplikasinya*. Jakarta : Ghalia Indonesia.
- Martinayanti, N. M. P., & Setiawan, P. Y. (2016). Peran Kepercayaan dalam Memediasi Persepsi Risiko pada Niat Beli Produk Fashion Via Instagram di Kota Denpasar. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 5(4), 2026–2053.
- Pujastuti, E., & Winarno, W. W. (2014). *Pengaruh E-Commerce Toko Online Fashion Terhadap Kepercayaan Konsumen*, 1(2), 139–153.
- Putra, K. M. Y., & Sari, P. K. (2016). Pengaruh Verifikasi Keamanan Online Terhadap Kepercayaan dan Minat Beli Konsumen. *E-Proceeding of Management*, 3(3), 2905–2914.
- Putra, P. A. P. A., Sukaatmadja, P. G., & Giantari, G. A. . (2016). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Risiko, Terhadap Kepercayaan dan Niat Beli E-ticket pada Situs Traveloka. *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana*, 5(9), 3007–3030.
- Putri, Galuh Insani. Analisis Harga, Kualitas Produk, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian yang Mempengaruhi Loyalitas Pengecer Bumbu Dapur Tabur Venus di Kota Semarang. *Jurnal Studi Manajemen-S1*, 1-15.
- Sekaran, Uma. 2006, *Metodologi Penelitian untuk Bisnis*, Edisi 4, Vuku 2, Jakarta: Salemba Empat
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta.
- Sujana, K. C., & Suprapti, N. W. S. (2016). Peran Kepercayaan dalam Memediasi Pengaruh Kualitas Situs Terhadap Niat Konsumen untuk Berbelanja di Situs Zalora. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 5(1), 595–622. Retrieved from kualitas situs, kepercayaan, niat beli

- Sukwadi, Ronald., Inderawati, M. M. W., Indah, M. Y. (2016). Perilaku Konsumen dalam Pemilihan Online Shop Instagram. *Jurnal Metris*, 17, 123-132.
- Widiyanto, I., & Prasilowati, S. L. (2015). *Perilaku Pembelian Melalui Internet*. *JMK*, 17(2), 109–112. <https://doi.org/10.9744/jmk.17.2.109>
- Yusnidar, Samsir, & Restuti, S. (2014). Pengaruh Kepercayaan dan Persepsi Resiko Terhadap Minat Beli dan Keputusan Pembelian Produk Fashion Secara Online di Kota Pekanbaru. *Jurnal Sosial Ekonomi Pembangunan*, (12), 311–329