

## DAFTAR PUSTAKA

- Ardyanto, Denni, dan Susilo Riyadi, 2015. "Pengaruh Kemudahan dan Kepercayaan menggunakan *E-commerce* terhadap Keputusan Pembelian *Online*". *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB) Vol. 22 No. 1 Mei*.
- Anggraeni, Penia dan Madiawati, 2016. "Pengaruh Kepercayaan dan Kualitas Informasi terhadap Keputusan Pembelian secara *Online* pada situs [www.traveloka.com](http://www.traveloka.com)" *Jurnal e-proceeding of Management: Vol.3, No.2 Agustus*.
- Andina, 2017. Sepuluh Toko *Online* terbaik di Indonesia, <https://www.liputan6.com/tekno/read/3068210/ini-10-toko-online-terbaik-di-indonesia> (diakses pada 22 Maret 2019 pukul 22.05 WIB)
- Ayuningtias, Kartika dan Gunawan, 2018. "Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan dan Kualitas Informasi terhadap Keputusan Pembelian daring di aplikasi Bukalapak pada mahasiswa Politeknik Negeri Batam", *Journal of Applied Business Administration Vol 2, No 1Maret*.
- Ghozali, Imam. 2012. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 20*. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hartono, Jogiyanto. 2013. *Metedologi penelitian bisnis*. Edisi Kelima. Yogyakarta : BPF.
- Iswara, Danu. 2016. "Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, Kualitas Informasi dan Persepsi Risiko terhadap Keputusan Pembelian secara *Online*. *Skripsi pada fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta*.
- Jayanti, Ratna Dwi, 2015. "Pengaruh Harga dan Kepercayaan terhadap Keputusan Pembelian secara *Online*", *Jurnal EKSIS Vol. X No. 1 April 2015*.
- Kotler, Philip. 2005. *Manajemen Pemasaran*. Edisi ke 11 Jilid 2. Terjemah oleh Benyamin Molan. Jakarta : PT Indeks Gramedia.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2008. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Edisi ke 12 Jilid 1. Terjemah oleh Bob Sabran. Jakarta : Erlangga.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Edisi ke 13 Jilid 1. Terjemah oleh Bob Sabran. Jakarta : Erlangga.
- Limpo, Lita dan Meryana, 2015. "Effect of Trust and Easy on Decision Online Purchase toward special Fashion Products", *International Journal of Science and Research (IJSR) Vol, 6 Issue 10, October*.

- Mulyadi, Agustinus dan Eka Nailis, 2018. “Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan dan Kualitas Informasi terhadap Keputusan Pembelian di toko online Lazada”, *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis dan Terapan Tahun XV No.2, Oktober 2018*.
- Nawang Sari, Sri dan Karmayanti. 2018. “Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan dan Kualitas Informasi terhadap Keputusan Pembelian melalui media social Instagram (Studi kasus pada *onlineshopYLK.Store*)”, *Konferensi Nasional Sistem Informasi 2018*.
- Setiadi, Nugroho J. 2003. *Perilaku Konsumen : Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*. Edisi 1. Jakarta : Kencana Prenada Media Group.
- Sutisna. 2003. *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. Cetakan ketiga. Bandung : PT Remaja Rosdakarya.
- Sugiyono, 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung : Alfabeta
- Sangadji, Etta Mamang dan Sopiah. 2013. *Perilaku Konsumen : Pendekatan Praktis disertai Himpunan Jurnal Penelitian*. Edisi 1. Yogyakarta : ANDI.
- Sekaran, Uma dan Bougie, Roger, 2017. *Metode Penelitian Bisnis*. Edisi enam buku 1. Terjemah oleh Kwan Men Yon. Jakarta : Salemba empat.
- Silalahi, Sahara, 2017. “Pengaruh *Information Quality* dan *Trust* terhadap *Buying Decision* secara *Online* (Studi kasus pada pengguna media social Instagram Mahasiswa STIMIK GICI Batam)”, *Jurnal system informasi dan manajemen Vol.5 No.2 November*.
- Sari, Aulia Nirmala. 2018. “Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, Kualitas Informasi terhadap Keputusan Pembelian secara *Online*. *Skripsi pada fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta*.
- Tjiptono, Fandy. 2016. *Pemasaran : Esensi dan Aplikasi*. Edisi 1. Yogyakarta : ANDI.
- Wahyuni, Sari dan Irawan Sofyan, 2017. “Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan dan Kualitas Informasi terhadap Keputusan Pembelian *Online* disitus *Online fashion Zalora.Co.Id*”, *Jurnal e-proceeding of Management : Vol.4, No.2 Agustus*.