

DAFTAR PUSTAKA

- Adityo, Benito. t.th. “Analisis Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Secara *Online* di Situs Kaskus”.
- Anandita, Florentinus Bigar Anung, dan Sumarno Dwi Saputra. 2015. “Analisis Penaruh Kepercayaan, Keamanan, Kualitas Pelayanan, dan Persepsi Akan Risiko Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Situs Jejaring Sosial”. *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan*, Vol. 15, No. 2.
- Ardyanto, Denni, Heru Susilo, dan Riyadi. 2015. “Pengaruh Kemudahan dan Kepercayaan Menggunakan *E-Commerce* Terhadap Keputusan Pembelian”. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, Vol. 22, No. 1.
- Azizah, Lutfina Nur. 2016. “Hubungan Persepsi Risiko Online Shopping Dengan Kepercayaan Konsumen Dalam Pembelian Produk Fashion di Toko Baju Malang”. *Skrpsi*. Malang: Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
- Baron, R.M. & Kenny, D.A. 1986. The Moderator-Mediator Variable Distinction in Social Psychological Research: Conceptual, Strategic, and Statistical Considerations. *Journal of personality and Social Psychology*. 51 (6), 1173-1182
- Dyatmika, Utama Wisnu. 2018. “Pengaruh Kualitas Informasi dan Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Pembelian Pada Tokopedia”. *Jurnal Majalah Ekonomi*, Vol. 23, No. 1.
- FC, Lucky Lhaura Van, Lisawita. 2017. “Pengaruh Persepsi Risiko dan Kualitas *E-Commerce* Terhadap Keputusan Konsumen Membeli *Fashion Online*”. *Jurnal Teknologi Informasi & Komunikasi Digital Zone*, Vol. 8, No. 2.
- Firdayanti, Restika. 2013. “Persepsi Risiko Melakukan *E-Commerce* Dengan Kepercayaan Konsumen Dalam Membeli Produk *Fashion Online*”. *Journal of Social and Industrial Psychology*.
- Fitrianis, Hakul. t.th. “Pengaruh Persepsi Risiko, Kemudahan, dan Manfaat Terhadap Keputusan Pembelian Secara *Online* di Instagram”.
- Ghozali, Imam. 2006. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS (Edisi ke 4). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. 2012. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS IBM 19. Edisi kelima. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hair, Joseph dkk. 2009. *Essentials of Marketing Research*. McGraw-Hill.
- Hartono, Jogiyanto. 2017. *Metodologi Penelitian Bisnis*. Edisikeenam. Yogyakarta: BPF.
- Kuncoro, Mudrajad. 2003. *Metode Riset untuk Bisnis dan Ekonomi*. Jakarta: Erlangga.

- Lie, Liana. 2009. "Penggunaan MRA Dengan SPSS Untuk Menguji Pengaruh Variabel Moderating Terhadap Hubungan Antara Variabel Independen dan Variabel Dependen. *Jurnal Teknologi Informasi Dinamik*, Vol. 14, No. 2.
- Mahkota, Andy Putra. 2014. "Pengaruh Kepercayaan dan Kenyamanan Terhadap Keputusan Pembelian Online". *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, Vol. 8, No. 2.
- Mulyadi, Agustinus. 2018. "Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian di Toko *Online Lazada*". *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis dan Terapan*, Vol. 15, No. 2.
- Naomi, Emma Pube, Ridwan Baraba, dan Murry Harmawan Saputra. "Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, Kualitas Informasi, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Dalam Memilih Berbelanja Secara *Online*"
- Nawang Sari, Sri, dan Yelsi Karmayanti. 2018. "Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Media Sosial Intragram".
- Nursani, Rois Arifin, dan M. Hufron. "Analisis Pengaruh Kepercayaan, Keamanan, Harga, Kualitas Pelayanan, dan Persepsi Akan Risiko Terhadap Keputusan Pembelian Pada Konsumen *E-Commerce*".
- Rosalia, Delia, dan J. Ellyawati. Pengaruh Persepsi Risiko Terhadap Kepercayaan dan Keputusan Pembelian *Online*.
- Schiffman, Leon G. And Leslie Lazar Kanuk. 2000. *Customer Behaviour*. Prentice Hall Inc, USA.
- Subagyo, Pangestu & Djarwanto. 2005. *Statistika Induktif*. Edisi 5. Yogyakarta: BPFE.
- Sudjatimika, Fransiska Vania. 2017. "Pengaruh Harga, Ulasan Produk, Kemudahan, dan Keamanan Terhadap Keputusan Pembelian Secara *Online* di Tokopedia.com". *Jurnal Agora*, Vol. 5, No. 1.
- Suhir, Moch., Imam Suyadi, dan Riyadi. 2014. "Pengaruh Persepsi Risiko, Kemudahan, dan Manfaat Terhadap Keputusan Pembelian Secara *Online*". *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, Vol. 8, No. 1.
- Supriyanto. 2009. *Metodologi Riset Bisnis*. Jakarta: PT Indeks.
- Sutisna. 2003. *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Verina, Eunike, Edy Yulianto, dan Wasis A. Latief. 2014. "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Pada Toko Fashion di Jejaring Sosial Facebook". *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, Vol. 10, No. 1.
- Wahyunigtyas, Yunita Fitri, dan Dyah Ayu Widiastuti. 2015. "Analisis Pengaruh Persepsi Risiko, Kemudahan, dan Manfaat Terhadap Keputusan Pembelian Secara *Online*". *Jurnal Kajian Bisnis*, Vol. 23, No. 2.

- Wibisono, Dermawan. 2003. *Riset Bisnis: Panduan bagi Praktisi dan Akademisi*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Wijaya, Fransisca Christinna, dan Eristia Lidia Paramita. t.th. “Harga, Risiko, Sikap Konsumen, dan Keputusan Pembelian Produk Fashion Secara *Online*”.
- Wisnumurti, Ratnasari, Muhammad Edwar. t.th. “Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, dan Risiko Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Atasan Wanita Yang Dijual Secara *Online* Melalui Grup Blackberry Messenger”.
- Yusnindar, Samsir, dan Sri Restuti. 2014. “Pengaruh Kepercayaan dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Beli dan Keputusan Pembelian Produk *Fashion* Secara *Online* di Kota Pekanbaru”. *Jurnal Sosial Ekonomi Pembangunan*, Vol. 4, No. 12.
- Zatalini, Nadhissa Shadrina, dan Mudiantono. 2017. “Analisis Faktor-Faktor Yang Berpengaruh Terhadap Kepercayaan, Minat Beli, dan Keamanan Bertransaksi Untuk Meningkatkan Keputusan Pembelian Konsumen Pada *E-Commerce* Lazada.co.id di Semarang”. *Diponegoro Journal of Management*, Vol. 6, No. 2.
- Zulfa, Latifah, dan Retno Hidayati. 2018. “Analisis Pengaruh Persepsi Risiko, Kualitas Situs Web, dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen *E-Commerce* Shopee di Kota Semarang”. *Diponegoro Journal of Management*, Vol. 7, No. 3.