

DAFTAR PUSTAKA

- Agus Nurrahmanto, Prasetyo. 2015. Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kenikmatan Berbelanja, Pengalaman Berbelanja, dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Minat Beli Konsumen Di Situs Jual beli Online BUKALAPAK.COM (Studi Empiris Pengguna Internet yang ada di Indonesia). *Skripsi*. Universitas Diponegoro.
- Andriyani, Dewi. 2014. Pengaruh Faktor Keamanan, Pengetahuan Teknologi Internet, Kualitas Layanan, dan Persepsi Resiko Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Situs Jejaring Sosial (Studi Empiris Mahasiswa Perguruan Tinggi di Bengkulu). *Skripsi*. Universitas Bengkulu.
- Anggraeni, Penia dan Putu Nina Madiawati. 2016. Pengaruh Kepercayaan dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Pada Situs WWW.TRAVELOKA.COM. *E-Jurnal Administrasi dan Bisnis Fakultas Komunikasi dan Bisnis Universitas Telkom*. Vol.3. No.2. Agustus 2016. ISSN: 2355-9357.
- Anwar, Rosian dan Wijaya Adidarma. 2016. Pengaruh Kepercayaan dan Resiko Pada Minat Beli Belanja Online. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Sriwijaya Fakultas Teknik dan Ilmu Komputer Universitas Bakrie*. Vol.14. No.2. Juni 2016.
- Ardyanto, Denny, Heru Susilo, dan Riyadi. 2015. Pengaruh Kemudahan dan Kepercayaan Menggunakan E-Commerce Terhadap Keputusan Pembelian Online. *Jurnal Administrasi Bisnis Universitas Brawijaya*. Vol.22. No.1. Mei 2015.
- Benito, Adityo. 2011. Analisis Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online di Situs Kaskus (Studi Empiris Anggota Kaskus yang Berbelanja di Online). *Skripsi*. Universitas Diponegoro.
- Bigar Anung Anandita, Florentinus dan Sumarno Dwi Saputra. 2015. Analisis Pengaruh Kepercayaan, Keamanan, Kualitas Pelayanan dan Persepsi Akan Resiko Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Situs Jejaring Sosial. *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan*. Vol.15. No.2 Juli 2015: 203-210.
- Dwi Jayanti, Ratna. 2015. Pengaruh Harga dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online. *E-Jurnal STIE PGRI Dewantara Jombang*. Vol.X. No.1, April 2015. ISSN : 1907-7513.
- Dwitama Soenawan, Alfredo dan Edwerd Stephen Malonda. 2014. Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen D'STUPID BAKER SPAZIO GRAHA FAMILY SURABAYA (Studi Empiris Konsumen D'Stupid Baker Spazio Graha Family Surabaya). *Skripsi*. Universitas Kristen Petra.
- Emma Naomi, Pube. 2015. Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, Kualitas Informasi, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Dalam Memilih Berbelanja Secara Online (Studi Empiris Pengguna Situs Jual Beli *Online* Kaskus.co.id di Purworejo). *Skripsi*. Universitas Muhammadiyah Purworejo.

- Ghanimata, Fifyanita. 2012. Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Empiris Konsumen Bandeng Juawana Elrina Semarang). *Skripsi*. Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. 2009. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Cetakan Keempat. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Cetakan Kelima. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hera Anthasari, Novie dan Ernie Widiastuti. 2016. Pengaruh Faktor Kepercayaan, Keamanan dan Persepsi Resiko Terhadap Keputusan Pembelian Produk Shopie Martin Melalui Sistem Online di Surakarta. *Jurnal Penelitian dan Kajian Ilmiah Fakultas Ekonomi Universitas Surakarta*. Vol.14. No.3. Juli 2016. ISSN: 2085-2215.
- Istanti, Fredianaika. 2017. Pengaruh Harga, Kepercayaan, Kemudahan Berbelanja, dan E-Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Belanja Online di Kota Surabaya. *Jurnal Bisnis dan Teknologi Politeknik NSC Surabaya*. Vol.4. No.1. Juli 2017. ISSN: 2355-8865 & E-ISSN: 2356-2544.
- Moch, Suhir, Imam Suyadi dan Riyadi. 2014. Pengaruh Persepsi Resiko, Kemudahan dan Manfaat Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online. *Jurnal Administrasi Bisnis Universitas Brawijaya*. Vol 8 No.1. Februari 2014.
- Piarna, Rian. 2014. Pengaruh Sumber Informasi dan Kualitas Website Terhadap Kepercayaan Pelanggan dalam Menentukan Keputusan Bertransaksi Pada E-Commerce. *E-Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya*. Vol.12. No.1. Maret 2014. ISSN: 1693-5241.
- Putra Jati Aribowo, Dwi dan Mahendra Adi Nugroho. 2013. Pengaruh Trust dan Perceived of Risk Terhadap Niat Untuk Bertransaksi Menggunakan E-Commerce. *Jurnal Nominal Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta*. Vol.II. No.I. Tahun 2013.
- Rakasiwi, Aswin. 2016. Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Batu Mulia Pada Toko Safhira Galeri Surakarta. *Jurnal Penelitian dan Kajian Ilmiah Fakultas Ekonomi Universitas Surakarta*. Vol.14. No.3. Juli 2016. ISSN: 2085-2215.
- Rifqi Nugroho, Adi. 2013. Analisa Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Dengan Sistem Pre Order Secara Online (Studi Empiris Online Shop Chopper Jersey). *Skripsi*. Universitas Diponegoro.
- Robbins, SP dan Judge. 2008. *Perilaku Organisasi*. Buku 2. Edisi 13. Jakarta: Salemba Empat.
- Sekaran, Uma dan Roger Bougie. 2017. *Metode Penelitian untuk Bisnis Pendekatan Pengembangan-Keahlian*. Edisi 6 Buku 1. Jakarta: Salemba Empat.
- Setyarko, Yugi. 2016. Analisis Persepsi Harga, Promosi, Kualitas Layanan, dan Kemudahan Pengguna Terhadap Keputusan Pembelian Produk Secara Online. *Jurnal Ekonomika dan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Budi Luhur Jakarta*. Vol.5. No.2. Oktober 2016. ISSN: 2252-6226.

- Sidharta, Iwan dan Boy Suzanto. 2015. Pengaruh Kepuasan Transaksi Online Shopping dan Kepercayaan, Konsumen Terhadap Sikap Serta Perilaku Konsumen Pada E-Commerce. *Jurnal Computech dan Bisnis STMIK Mardira Indonesia*. Vol.9. No.1. Juni 2015. ISSN: 2442-4943.
- Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian Bisnis*. Cetakan Keempat belas. Bandung: Alfabeta.
- Tri Sulistyowati, Dian. 2019. “Pengaruh Harga, Kualitas Informasi, dan Keamanan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Melalui E-Commerce” Studi Empiris Mahasiswa Akuntansi Universitas Muhammadiyah Surakarta. *Skripsi*. Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Ulya Alhasanah, Jihan, Kertahadi, dan Riyadi. 2014. Pengaruh Kegunaan, Kualitas Informasi, dan Kualitas Interaksi Layanan Web E-Commerce Terhadap Keputusan Pembelian Online. *E-Jurnal Administrasi Bisnis Universitas Brawijaya*. Vol.15. No.2. Oktober 2014.
- Wiyono, Gendro. 2011. *Merancang Penelitian Bisnis dengan alat analisis SPSS 17.0 & SmartPLS 2.0*. Edisi Pertama. Cetakan Pertama. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.
- Nisak, Cholifatun. 2015. Pengaruh Harga, Keragaman Model Produk, Kualitas Informasi, dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Online Pada Toko Tas Online Sabilla Store (Studi Empiris Konsumen Tas Online Sabilla Store). *Skripsi*. Universitas Diponegoro.
- Vania Sudjarmika, Fransiska. 2017. Pengaruh Harga, Ulasan Produk, Kemudahan dan Keamanan Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Di TokoPedia.com. *Jurnal Agora Fakultas Manajemen dan Bisnis Universitas Kristen Petra Surabaya*. Vol.5. No.1.
- Putra Baskara, Isnain. 2014. Analisis Pengaruh Kepercayaan, Keamanan, Kualitas Pelayanan, dan Persepsi Akan Resiko Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Situs Jejaring Sosial (Sosial Networking Website). *Skripsi*. Universitas Dian Nuswantoro.