

## DAFTAR PUSTAKA

- A. Parasuraman, Valarie A. Zeithaml, and Leonard L. Berry. 1988. “SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality”. *Journal of Retailing*. Vol 64 (1) pp12- 37
- Aribowo, D. P. J. & Nugroho, M.A. 2013. “Pengaruh Trust dan Perceived of Risk Terhadap Niat Untuk Bertransaksi Menggunakan E-Commerce”. *Jurnal Nominal*. Vol 2, No 1
- Augusty, Ferdinand. 2006. *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian untuk skripsi, Tesis dan Disertai Ilmu Manajemen*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Cahyono, Yuli Tri, Riskha Karunia Anjani. 2017. “Analisis Faktor-Faktor Yang Terindikasi Mempengaruhi Minat Belanja Online Menggunakan E-Commerce System (Studi Empiris pada Mahasiswa Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta tahun 2015-2017)
- Davis, 2000. *The Relative Importance or Perceived Ease of Use in IS adoption: A Study of E-Commerce Adoption*. ABI/INFORM
- Durianto dan Liana S, 2004, *Strategi Menaklukkan Pasar; Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek*, PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Elissa, Ingge dan Mujiyana. 2013. “Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Via Internet pada Toko Online”. *Jurnal Ekonomi Manajemen*. Universitas Diponegoro, Semarang.
- Evina, Dewi (2018). “Pengaruh Motivasi, Kepercayaan dan Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening”.
- Fajar Arie Haryosongko (2015) “Pengaruh Persepsi Risiko, Persepsi Kemudahan, Dan Persepsi Manfaat Terhadap Minat Pembelian Online Pada Website Lazada.co.id di Kota Malang”
- Fandy Tjiptono, 2002 ,*Manajemen Jasa*, Penerbit ANDI YOGYAKARTA Majalah Info Bisnis, Edisi maret-Tahun keVI-2002
- Ferdinand. 2002. *Metode Penelitian Manajemen : Pedoman penelitian untuk Skripsi, Tesis, dan Desertasi Ilmu Manajemen*, Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

- G. Ramadhan, and H. Soesanto, "Analisis Pengaruh Kualitas Informasi Dan Kualitas Pelayanan Website Dalam Meningkatkan Minat Beli Ulang Mahasiswa Universitas Diponegoro Pada Situs Elevenia.Co.Id Dengan Menggunakan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Mediasi," *Diponegoro Journal of Management*, vol. 6, no. 4, pp. 360-371, Aug. 2017.
- Ghazizadeh, Mahtab, Yiyun Peng, et al. 2012. "Augmenting the Technology Acceptance Model with Trust: Commercial Drivers' Attitudes towards Monitoring and Feedback". *Human Factors and Ergonomics Society*.
- Hartono, Jogiyanto. (2007). *Metodologi Penelitian Bisnis: Salah Kaprah dan Pengalaman-Pengalaman*. Edisi 2007. BPFE. Yogyakarta
- Haryosasonoko, Fajar Arie. 2015. "Pengaruh Persepsi Risiko, Persepsi Kemudahan, Dan Persepsi Manfaat Terhadap Minat Pembelian Online Pada Website Lazada.co.id di Kota Malang".
- Hong, Harrison, Jeffyey D Kubik, dan Jeremy C Stein, (2005), " *Thy Neighbors Portfolio: Word of mouth effects in the holdings and trades of money managers,*" *The Journal of Finance*, Vol. 11, No. 7
- Juniwati. 2014. "Influence of Perceived Usefulness, Ease of Use, Risk on Attitude and Intention to Shop Online. *European Journal of Business and Management*". Vol 6.
- Khoirul Basyar, Sanaji (2016). "Pengaruh Persepsi Kemudahan Dan Persepsi Manfaat Terhadap niat Beli Ulang Secara Online Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening".
- Kinrear, T.C. and J. R. Taylor. 2003. *Riset Pemasaran*. (Terjemahan oleh Thamrin). Edisi Tiga, Erlangga : Jakarta.
- Kotler & Amstrong, 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran Jilid 1 dan 2 Edisi 12*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller, 2016. *Marketing Management*, 15th Edition, Pearson Education, Inc.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*, Edisi 13 Jilid 1. Jakarta : Erlangga
- Kuswandani, Lusi., Hamidi, M., & Yunelly Asra. 2015. " *Faktor Kepercayaan dan Minat Beli Terhadap Bisnis E-Commerce. Jurnal Inovasi dan Bisnis*". ISSN 2338-4840. 3 (1). 3-15. Jurusan Administrasi Niaga Program Studi Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Bengkalis. Riau

- Maulida Ratna, Dian Handri, Hariri Afwan. (2014). *“Pengaruh Kepercayaan Terhadap Minat Beli Melalui Persepsi Risiko Pada Transaksi Jual Beli Online Melalui Media Sosial”*.
- Maulidiyah, Sakinah. 2017. *“Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan, dan Kesesuaian Terhadap Keputusan Menggunakan mobile banking Bank Mandiri di Surabaya”*
- Nuraini, I. S., & Mudiantono. (2017). *“Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan Serta Dampaknya Terhadap Minat Beli Ulang Situs Traveloka (Studi Pada Konsumen Traveloka Di Kota Semarang)”*. Diponegoro Journal Management, 6, 1-11.
- Nusarika, Luh Alviolita Kusuma dan Ni Made Purnami. 2015. *“Pengaruh Persepsi Harga, Kepercayaan, dan Orientasi Belanja Terhadap Niat Beli Secara Online (Studi pada Produk Fashion Online di Kota Denpasar)”*. E-Jurnal Manajemen Unud. Volume 4 Nomor 8. halaman 2380-2406
- Oglethorpe, J.E and Monroe, B.K. (2008). *“Determinant of Perceived Health and Safety Risk of Selected Hazardous Product and Activities. Journal of Consumer Research”*. No. 28 pp. 326-346.
- Putra, Dimas Ernomo, Endang Siti Astuti dan Riyadi (2015). *“Pengaruh Kemudahan Terhadap Kemanfaatan, Minat Dan Penggunaan E-commerce (Studi Kasus pada Pengguna Situs olx.co.id)”*. Jurnal Administrasi dan Bisnis. Vol. 28, No. 02, 2015
- Ramadhan S, G., & Soesanto, H. (2017). *“Analisis Pengaruh Kualitas Informasi Dan Kualitas Pelayanan Website Dalam Meningkatkan Minat Beli Ulang Mahasiswa Universitas Diponegoro Pada Situs Elevenia.Co.Id Dengan Menggunakan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Mediasi. Diponegoro”* Journal Of Management, Vol 6, 1-12.
- Samsir, Yusnidar (2014). *“Pengaruh Kepercayaan Dan Persepsi Resiko Terhadap Minat Beli Dan Keputusan Pembelian Produk Fashion Secara Online Di Kota Pekanbaru”*.
- Sangadji, E.M., dan Sopiah. 2013. *Prilaku Konsumen: Pendekatan Praktis Disertai:Himpunan Jurnal Penelitian*. Yogyakarta: Penerbit Andi
- Santoso, Singgih.. 2001. *SPSS Versi 11,5 Mengolah Data Statistik Secara Profesional*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Stone, R. N. dan Grønhaug, K. (1993) *Perceived risk: further considerations for the marketing discipline*. European Journal of Marketing, v. 27, n. 3, p. 39-50
- Sugiyono. 2008. *Metode Penelitian Bisnis*. Alfabeta : Bandung

- Sylvana. 2006. "*Pengaruh Kualitas Pelayanan dan kepuasan Mahasiswa Terhadap Intensi Meregistrasi Ulang Mahasiswa Pada Mahasiswa Universitas Terbuka*". Jakarta: Jurnal Organisasi dan Manajemen, Vol.2
- Wang, Y. H., Chen, L. Y. (2016). "*An Empirical Study of The Effect of Perceived Price on Purchase Intention Evidence from Low-Cost Carriers*". International Journal of Business and Social Science, Vol 7 No. 4.