

DAFTAR PUSTAKA

- Augusty Ferdinand. 2014. *Metode Penelitian Manajemen*. Edisi ke dua. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Abdul dan Heru, 2017. Analisis Pengaruh Kemenarikan Design Website, Kepercayaan dan Profesionalisme Terhadap Keputusan Pembelian Online Jasa Aqiqah. *Jurnal Ikraith Informatika*, Vol.1, No2. Hal 94-103.
- Assauri Sofjan. 2010. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : PT Raja Grafindo
- Atik Nisaul Kamilah, M. Hufron,Afi Racmat Slamet, 2017. “Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, Keragaman Produk Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Hijab Merek Hijab Pricess”. *e-jurnal Riset Manajemen*,Hal 113-126.
- Brunn, Peter & Jensen, Martin & Skovgaard, Jakob, 2002. "e-Marketplaces:: Crafting A Winning Strategy," *European Management Journal*, Elsevier, vol. 20(3), pages 286-298.
- Chen, Huang, Davison. 2017. *The Role of Website Quality and social capital in building buyer's loyalty*. *International Journal of Information Management*. Vol 37, Hal 1563-1574.
- Chrong dan Yi, 2015,“Security, Risk, and Trust Individuals Internet Banking Adoption :An Integrated. Model”.
- Desy dan Apriatni, 2018. Pengaruh Kemudahan Kualitas Informasi Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online pada Situs Lazada. *Jurnal Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro*.
- Efthymios dan Nina Isabel 2016. Impact Of Online Product Reviews On Purchasing Decision, *Web Information System and Technologies*, Vol. 1 : Hal 271-278.
- Fransiska Vania Sudjatmika, 2017. Pengaruh Harga Ulasan Produk Kemudahan Dan Keamanan Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Di Tokopedia.Com, *jurnal AGORA*, Vol. 5, No. 1
- Ghozali, Imam. 2012. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS*. Yogyakarta : Universitas Diponegoro.
- Indriantoro, Supomo. 2013. *Metodologi Penelitian Bisnis*. Edisi Pertama. Yogyakarta : BPF

- Ismail, Rois dan Agus, 2013. Pengaruh Kepercayaan Kemudahan Harga Dan Kualitas Informasi Penggunaan E-Commerce Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Pada Situs Bukalapak : *Studi Kasus pada Mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Unisma Angkatan 2013. E-jurnal riset manajemen.*
- Isnain Putra Baskara dan Guruh Taufan Hariyadi. 2014. Analisis Pengaruh Kepercayaan, Keamanan, Kualitas Pelayanan dan Persepsi Akan Resiko terhadap Keputusan Pembelian Melalui Situs Jejaring Sosial (Social Networking Website) (Studi pada Mahasiswa di Semarang). *Jurnal Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Dian Nuswantoro.* Hal 1-15.
- Jogiyanto. 2008. *Sistem Informasi Keperilakuan.* Yogyakarta : Badan Penerbit Andi.
- Joko Setiawan, 2017. Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian di Forum Jual Beli Online : Studi pada Mahasiswa STMIK GICI Batam, *Jurnal Sistem Informasi Dan Manajemen, Vol. 5,hal 1-7*
- Kelley et.al, Factors Affecting Consumer's Online Product Review Use, *an International Journal Emerald Insight.*
- Kenneth C. Laudon dan Jane P. Laudon. 2010. Edisi sepuluh. *Management information systems* : Salemba Empat.
- Kotler, P. & Armstrong, G. (2012). *Prinsip-Prinsip Pemasaran.* Jilid 1. Edisi 12. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip, dan Kevin Lane Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran.* Jakarta : Erlangga.
- Kuncoro, Mudrajid. 2009. *Metode Riset Untuk Bisnis & Ekonomi.* Edisi ketiga. Jakarta : Erlangga.
- Lackermair, Kailer & Kanmaz. 2013. Importance of Online Product Reviews from a Consumer's Perspective. *Advances in Economics and Business,hal 1-5.*
- Lita Limpo dan Meryana, 2015. Effect Of Trust Easy On Decision Online Purchase Toward Special Fashion Products, *Internation Journal Of Science And Research, Vol.6, No.10*
- Muslikh, Zainal dan Hidayati, 2017. The Influence Of Satisfaction And Trust On Online Purchasing Decision : Empirical Study On Students In Jakarta, *Journal Of Accounting, Manajement And Economics, Vol. 19, No.2 : 22-34*

Nadiah, 2017. Factors Influencing Customer's Trust In Online Shopping Among Executives In A Bank, *Malaysian Journal Of Social Sciences and Humanities*, Vol.2, No. 3 : 47-60.

Noor, Juliyansyah. 2012. *Metodologi Penelitian*. Kencana Prenada Media Grup, Jakarta.

Pratama, Eka. 2015. *E-Commerce, E-Business dan Mobile Commerce*. Bandung : Informatika Bandung.

Rangkuti, Freddy.((2009). *Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus Integrated Marketing Communication*. Jakarta : PT. Gramedia PustakaUtama.

Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung : Alfabeta.

Sumarwan Ujang. 2011. *Perilaku Konsumen*. Edisi kedua. Bogor : Ghalia Indonesia.

Sutabri Tata. 2005. *Sistem Informasi Manajemen*. Yogyakarta : Andi.

Syofian, Siregar. 2015. *Metode Penelitian Kuantitatif Dilengkapi Dengan Perbandingan Perhitungan Manual & SPSS*. Kencana, Jakarta.

Turban et al. 2015. *Electronic Commerce*. Edisi Kedelapan. Springer International Publishing Switzerland.

Widarto Rachbini. 2017. The impact of konsumen trust, perceived risk, perceived benefit on purchase intention and purchase decision. *International journal of advanced research*. Vol 6(1). No. 1036-1044.

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas *Pedoman Penyusunan Skripsi*.2018. Kudus: Badan Penerbit Universitas Muria Kudus.

<https://id.m.wikipedia.org/wiki/Internet> (diakses 12 Maret 2019)

<https://iprice.co.id/trend/insights/kilas-balik-e-commerce-di-indonesia-tahun-2018/> (diakses pada 18 April 2019).

www.apjii.or.id (di akses pada 14 Juni 2019).