

## DAFTAR PUSTAKA

- Achriza, Dino Ilham. 2017. *“Pengaruh Kepercayaan, Keamanan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Situs Online Store Lazada Sebagai E-Commerce Terpercaya Di Indonesia”*. Simki-Economic Vol. 1 No. 5
- Andini, Natasya Putri, dkk. 2014. *“Pengaruh Viral Marketing Terhadap Kepercayaan Pelanggan Dan Keputusan Pembelian”*. Jurnal Administrasi Bisnis Vol. 11 No.1
- Darmawan, Deni. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Ding Mao. 2013. *A Study Of Counsemer Trust In Internet Shopping And The Moderating Effect Of Risk Aversion In Maindland China*. Hong Kong:Hong Kong Baptist University.
- Elliot, S.,& Fowel. 2000. *“Expectations Versus Reality: A Snapshot Of Consumer Experiences With Internet Retailing”*. International Journal Of Information Management, Vol 20: 323-336.
- Ghozali, Imam. 2017. *Model Persamaan Structural Konsep Dan Aplikasi Dengan Program AMOS 24 Update Bayesian SEM Edisi 7*. Universitas Diponegoro, Semarang
- Hamdani, Muhammad Yusuf dan M Kholid Mawardi. 2018. *“Pengaruh Viral Marketing Terhadap Kepercayaan Konsumen Serta Dampaknya Terhadap Keputusan Pembelian”*. Jurnal Administrasi Bisnis Vol. 60 No. 1.
- Kaplan, Andreas. M. dan Haenlein, Michael. 2011. *Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media*. Business Horizons.
- Kotler, Philip dan kevin keller, 2016. *Marketing Management*, Edisi 15 Pearson Education, Inc
- Kotler, dan keller. (2012). *Manajemen Pemasaran*. Edisi 12. Jakarta:erlangga
- Mahkota, Andy Putra, dkk. 2014. *“Pengaruh Kepercayaan Dan Kenyamanan Terhadap Keputusan Pembelian Online”*. Jurnal Administrasi Bisnis Vol. 8 No.2.

- Mamang, Etta Sangadji dan Sopiah. 2013. *Perilaku Konsumen Pendekatan Praktis Disertai : Himpunan Jurnal Penelitian*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Mowen, John C., Michael Minor. 2017. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Erlangga.
- Moorhead, G. & G, W.R. (2010). *Perilaku organisasi*. Jakarta: Salemba Empat.
- Permatasari, Cicilia Desy Widya. 2010. "Pengaruh Kepercayaan, Keamanan, Persepsi Resiko dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online". *Jurnal UDINUS*.
- Priansa, Doni Juni. 2017. *Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Bandung: Pustaka Setia.
- Siregar, Syofian. 2015. *Statistik Parametrik Untuk Penelitian Kuantitatif Dilengkapi dengan Perhitungan Manual dan Aplikasi SPSS Versi 17*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Sugiyono dan Wibowo E .2010. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Bisnis*. Alfabeta, Bandung.
- Suryani Tatik. 2013. *Perilaku Konsumen Di Era Internet: Edisi Pertama*, Graha Ilmu, Yogyakarta.
- Syuhada, Putu Syahdira, dkk. 2019. "Efektifitas Viral Marketing Menggunakan Electronic Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Pada Shopee" . e-proceeding of management, Vol.6,No.2.
- Tugiso, ilham, dkk. 2016. "Pengaruh Relationship Marketing, Keamanan, Kepercayaan, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Online Shop Dan Loyalitas Konsumen Sebagai Variabel Intervening". *Journal of management*, Volume 2 No.2.

[www.iprice.co.id/insights/mapofecommerce](http://www.iprice.co.id/insights/mapofecommerce)

[www.kominfo.co.id](http://www.kominfo.co.id)

[www.konten.co.id](http://www.konten.co.id)

[www.skalanews.com](http://www.skalanews.com)

