

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, David. A. 2010. *Analisis Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Manfaat Dan Harga Terhadap Niat Beli Ulang Online Pada Produk Pakaian (Studi Kasus Pengguna Facebook Di Kota Pontianak)*. *Jurnal Manajemen Update*, 4(3),Hal. 1-11.
- Aan Komariah. 2007. *Pengaruh Kualitas Layanan Dan Nilai Yang Dirasakan Terhadap Niat Pembelian Ulang Melalui Mediasi Kepuasan Pelanggan Restoran Solaria Di Surabaya*. *Journal Of Business Dan Banking*, 3(2), Hal. 151-164.
- Afif Nurhada, 2011. *Pengaruh Kepercayaan Dan Kemudahan Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online*.
- Asri Nugrahani Ardianti, 2018. *Pengaruh onlie customer dan online customer rating terhadap keputusan pembelian melalui marketplace shopee*. *Jurnal, Universitas Diponegoro*.
- Arikunto, S. 2009. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Bambang Prasetyo dan Lina Miftahul Jannah, 2010. *Metode Penelitian Kuantitatif: Teori dan Aplikasi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Benito Aditya. 2011. *Analisis Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan Dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Di Situs Kaskus*.
- Boyd, Harper W. Dkk, 2000. *Manajemen Pemasaran Suatu Pendekatan Strategi Dengan Orientasi Global edisi 2 jilid 2*, Jakarta : Erlangga.
- Davis, F.D., 1989. *Peceived Use Fullness, Perceived Ease Of Use, and User Acceptance Of Information Technology, MS Quarterly (online)*, Vol. 13 iss, 3, pg. 318
- Davis. 1989. *Pengaruh Kemudahan Penggunaan Pengalaman Berbelanja Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Minat Beli Di Situs Bukalapak.Com*.
- Dikla Purbayudya Ikranegara. 2017. *Pengaruh Orientasi Belanja, Kepercayaan Online, Dan Pengalaman Pembelian Terhadap Minat Beli Secara Online*.
- Fakri Imam & Betro Pengaruh Online Customer Review Dan Rating Terhadap Kepercayaan Dan Minat Pembelian Pada Online Marketplace Di Indonesia.
- Fatmanovita. 2009. *Pengaruh Jaminan Dan Online Reviews Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Situs Penjualan Online Tokopedia*.
- Ela Yusrotul Jannah, 2013. *Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan Dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online*.

- Erna Ferrinadewi. 2009. *Analisis Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan dan Kredibilitas Terhadap Minat Penggunaan Berulang Internet Banking Dengan sikap Penggunaan Sebagai Variabel Intervening*. Skripsi Universitas Diponegoro Semarang.
- Fachrizi Alwafi, 2016. *Pengaruh Persepsi Keamanan, Kemudahan, Kepercayaan Terhadap Toko dan Pengalaman Berbelanja Terhadap Minat Beli Secara Online Pada Situs Jual Beli Tokopedia.com*. Journal, Universitas Diponegoro.
- Flanagin dan Metzger I. 2007. A critical evaluation of the role of trust in direct marketing over the world marketing Congress. University of Candiff, Wales
- Ghozali, Imam. 2005. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Ika. 2009. *Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kegunaan, Persepsi Resiko dan Kenyaman Terhadap Sikap Konsumen Dalam Belanja Online (studi pada toko online lazada.com)*. Skripsi Universitas Negeri Yogyakarta.
- Kartajaya. 2004. *Pengaruh Kepercayaan Konsumen, Pengalaman Berbelanja, Dan Kemudahan Transaksi Terhadap Minat Belanja Online Di Kalangan Mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Sanata Dharma Yogyakarta*.
- Kotler, Philip 2000. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta. Bumi Aksara
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Indeks
- Kotler, Philip. 1997. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta. PT. Prenhallindo
- Kwek, Laud dan Tan. 2010. *Analisis Pengaruh Kepercayaan Online, Pengalaman Pembelian Online, dan Orientasi Pembelian Terhadap Niat Beli di Toko Online Zalora*. Skripsi, Universitas Atma Jaya Yogyakarta.
- Laudon, Kenneth C & Laudon, Jane P. 2012. *Sistem informasi manajemen: mengelola perusahaan digital*. Jakarta: penerbit Salemba Empat.
- Leo Bayu Kristanto. 2009. *Pengaruh Kepercayaan, Keamanan, Kualitas Pelayanan dan Persepsi Resiko Menggunakan E-commerce Terhadap Keputusan Pembelian (Survei pada konsumen lazada)*. Skripsi, Universitas Negeri Yogyakarta.
- Ling et al. 2010. The effects of shopping orientation, online trust and prior online purchase experience toward customers' online purchase intention. *International Business Research*, 3(3).
- Lupiyo Rambat. 2010. *Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kompetensi (Edisi 3)*. Jakarta:Salemba Empat.
- Mowen. 2001. *Perilaku Konsumen*. Erlangga

- Novi, Dwi. 2003. *Faktor-faktor yang mempengaruhi intense penggunaan Website perusahaan Go Public*. Universitas Gajah Mada, Yogyakarta.
- Panggih. 2009. *Analisis Pengaruh Keamanan Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Di Kota Makassar Dengan Minat Pembelian Sebagai Variabel Intervening*.
- Rifqi Nugroho Adi, 2013. *Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian dengan sistem pre order secara online (Studi kasus pada online shop Chopper Jersey)*. Skripsi, Universitas Diponegoro Semarang.
- Samuel. 2007. *Pengaruh Kepercayaan, Harga, Dan Kemudahan Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Toko Online*.
- Schiffman, dan Kanuk. 2010. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Indeks.
- Septia Rachma Wardani. 2009. *Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Pengalaman Sebelumnya, Kepercayaan Konsumen, Dan Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Dalam Transaksi Belanja Online (Studi Pada Pembelian Produk Fashion Di Area Semarang)*.
- Siti Nur Khasanah. 2010. *Electronic Commerce 2010: A managerial Perspective*, Prentice Hall. New Jersey: USA.
- Stephan Schiffman, 2014:22. *When do consumers buy online product review, effects of review quality, product type, and riviewer's photo*. Computers in human Behavior.
- Sumarwan Ujang. 2010. *Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kenikmatan Belanja, Pengalaman Berbelanja Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Minat Beli Konsumen Di Situs Shopee*.
- Tsang A.S dan Panergast. 2009. *Pengaruh Kepercayaan Konsumen, Pengalaman Berbelanja, Dan Kemudahan Transaksi Terhadap Minat Belanja Online Di Kalangan Mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Sanata Dharma Yogyakarta*.