

DAFTAR PUSTAKA

- Andi Supangat. 2010. *Statistik Dalam Kajian Deskriptif, Inferensi, dan Nonparametrik*. Jakarta : Kencana Prenada Media Group.
- Andromeda, Kevin. 2015. “Analisis Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, Dan Keragaman Produk Pakaian Via Online Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online (Studi kasus pada mahasiswa belanja online pada FEB Universitas Muhammadiyah Surakarta)”. Program Skripsi Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Aribowo, Dwi Putra Jati dan Mahendra Adhi Nugroho. 2013. “Pengaruh Trust dan Perceived of Risk Terhadap Niat Untuk Bertransaksi Dengan Menggunakan E-Commerce”. Jurnal Nominal. FE-UNY Volume 2. Nomor 1. halaman 11-35.
- Basu Swastha dan Irawan, 2010, Manajemen Pemasaran Modern, Penerbit Liberty, Yogyakarta.
- Fandy Tjiptono, 2009. *Strategi Pemasaran Jasa*. CV. Andi:Yogyakarta
- Fandy Tjiptono, Ph.D. 2015. Strategi Pemasaran, Edisi 4, Penerbit Andi, Yogyakarta
- Ghazali, Imam. (2013). Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 21.Edisi 7. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Kotler, Philip, dan Gary Armstrong 2012. Prinsip-prinsip Pemasaran. Edisi 13. Jilid 1. Erlangga : Jakarta.
- Kotler, Keller, 2012. Marketing Management, 14th, Pearson Education.
- Laila, Hanafi. 2014. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Air Minum Isi Ulang di Purwokerto. *Skripsi Manajemen*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Ling, Kwek Choon et al. 2010. *The effects of shopping orientations, online trust and prior online purchase experience toward costumers, online purchase intention*. Vol 3. Internasional Business Research. Malaysia
- Mahkota, A. P., Suyadi, I., & Riyadi. (2014). Pengaruh Kepercayaan dan Kenyamanan Terhadap Keputusan Pembelian Online (Studi Pada Pelanggan Website Ride Inc). Jurnal Administrasi Bisnis (JAB), 8(2), 1–7.
- Maya Puspa Sari, 2011. “Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Secara *Online* Di situs Lazada.co.id Pada Mahasiswa/i Fakultas Ekonomi Bisnis USU”. Universitas Sumatera Utara.
- Naning Triana. 2014. “Variabel harga dan kepercayaan berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian, sedangkan kualitas pelayanan

tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian. UIN Walisongo.

- Purwati, dkk. 2012. “Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Motor Honda Matic Beat (Studi Kasus Pada PT. Nusantara Solar Sakti)”. *Jurnal Ekonomi dan Informasi Akuntansi (JENIUS) Politeknik Negeri Sriwijaya*. Vol. 2 (3), 260-277.
- Schiffman dan Kanuk. 2010. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT. INDEK.
- Setiadi, Nugroho J. 2010. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Kencana.
- Siagian, H., & Cahyono, E. (2014). Analisis Website Quality, Trust dan Loyalty Pelanggan Online Shop. *Jurnal Manajemen Pemasaran* Vol 8 No 2 Oktober 2014
- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Tjahjono, A., Samuel, H., Brahmana, R.K.M.. (2013). Analisa Marketing Mix, Lingkungan Sosial, Psikologi Terhadap Keputusan Pembelian Online Pakaian Wanita, *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*, Vol. 1, No. 2, 1-9.
- Verina, E., Yulianto,E., dan Latief, W. A, (2014), Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian pada toko fashion di jejaring sosial facebook (survei pada konsumen toko fashion di jejaring sosial facebook yang berlokasi di Indonesia), *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol. 10 No. 1.
- Wong, Jony. (2010), *Internet Marketing for Beginners*, Jakarta : Elex Media Komputindo.
- Windarto, Yudhi. (2016). *Jurnal Sistem Informasi (JSI)*. Pengaruh Usability Factor Website E-Commerce Model B2C Terhadap Kepercayaan User, VIII(2), 1-10.
- Yursidar, Samsir, Restuti, S., (2014) Pengaruh Kepercayaan Dan Persepsi Resiko Terhadap Minat Beli Dan Keputusan Pembelian Produk Fashion Secara Online Di Kota Pekanbaru.*Jurnal Sosial Ekonomi Pembangunan* No.12, 311-329.

Situs Online

<https://databoks.katadata.co.id>

<http://blogtutorialspsp.blogspot.com>