DAFTAR PUSTAKA

Abdurrahman, Adi Sukma. 2012."Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Melalui Social Networking Websites". Fakultas Ekonomi, Universitas Gunadarma.

Alwafi, Fachrizi. Magnadi, Rizal. 2016. "Pengaruh Persepsi, Keamanan, Kemudahan Bertransaksi, Kepercayaan Terhadap Toko Dan Pengalaman Berbelanja Terhadap Minat Beli Tokopedia.com." Journal of Management 5: 1–15.

Andy Putra Mahkota Imam Suyadi Riyadi. 2014. " Pengaruh Kepercayaan Dan Kenyamanan Terhadap Keputusan Pembelian Online." Jurnal Administrasi Bisnis (Jab) Vol. 8 No. 2 Maret 2014

Ariwibowo & Nugroho. 2013. "Pengaruh Trust Dan Perceived Of Risk Terhadap Niat Untuk Bertransaksi Menggunakan E-Commerce." Jurnal Nominal / Volume Ii Nomor I / Tahun 2013

As'alul Maghfiroh Zainul Arifin Sunarti. 2016. "Pengaruh Citra Merek Terhadap Minat Beli Dan Keputusan Pembelian." Jurnal Administrasi Bisnis (JAB) Vol. 40 No.1 November 2016

Augusty, Ferdinand. 2006. Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian untuk skripsi, Tesis dan Disertai Ilmu Manajemen. Semarang: Universitas Diponegoro.

Aydin, Serkan, and Ozer, Gokhan. 2005."The analysis of antecedents of customer loyalty in the Turkish mobile telecommunication market". European Journal of Marketing, 39(7/8):910-925

Baskara, Isnain Putra dan Guruh Taufan Hariyadi. 2014. Analisis Pengaruh Kepercayaan, Keamanan, Kualitas Pelayanan dan Persepsi Akan Resiko Tehadap Keputusan Pembelian Melalui Situs Jejaring Sosial (Social networking Websites). Jurusan Manajemen. Fakultas Ekonomi. Semarang: Universitas Dian Nuswantoro.

Baskara, Isnain Putra dan Guruh Taufan Hariyadi. 2014. Analisis Pengaruh Kepercayaan, Keamanan, Kualitas Pelayanan dan Persepsi Akan Resiko Tehadap Keputusan Pembelian Melalui Situs Jejaring Sosial (Social networking Websites). Jurusan Manajemen. Fakultas Ekonomi. Semarang: Universitas Dian Nuswantoro.

Basu Swastha dan Irawan, 2007, Manajemen Pemasaran Modern, FE UGM: Yogyakarta.

Basu Swastha, Hani Handoko. 2011. Manajemen Pemasaran-Analisis Perilaku. Konsumen. Yogyakarta : BPFE.

Bilson, Simamora. 2011. Memenangkan Pasar dengan Pemasaran Efektif dan Profitabel. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama

Charles Lamb, W.et.al. 2001. Pemasaran. Edisi Pertama, Salemba Empat: Jakarta.

Denni Ardyanto. 2015. "Pengaruh Kemudahan Dan Kepercayaan Menggunakan E-Commerce Terhadap Keputusan Pembelian Online. Jurnal Administrasi Bisnis (Jab) Vol. 22 No. 1

Eid, MI. 2011. Determinants of E-commerce Customer Satisfaction, Trust, and Loyalty in Saudi Arabia. Journal of Electronic Commerce Research. 12 (1). 78-93.

Endhar Widjaya Putra Srikandi Kumadji Edy Yulianto. 2016. "Pengaruh Diskon Terhadap Minat Beli Serta Dampaknya Pada Keputusan Pembelian." Jurnal Administrasi Bisnis (JAB) Vol. 38 No. 2 September 2016

Ferdinand. 2002. Metode Penelitian Manajemen : Pedoman penelitian untuk Skripsi, Tesis, dan Desertasi Ilmu Manajemen, Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Flavia'n, C. and M. Guinali'u. 2006. Consumer Trust, Perceived Security and Privacy Policy Three Basic Elements of Loyalty to a Web Site. Industrial Management & Data Systems. 106 (5). 601-620

Flavian dan Giunaliu. (2007). "Measure on web usability Website". Journal of Computer Information Systems. 48 (No.1) hal 17-23.

Ganesan, Shankar, (1994), "Determinants of LongTerm Orientation in Buyer-Seller Relationship", Journal of Marketing, Vol. 58, April, pp. 1-19.

Ghozali, Imam. 2006. Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS. Cetakan Keempat. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Ghozali, Imam. 2011. "Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS". Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

http://www.danielsoper.com.

http://www.landasanteori.xyz/2017/05/pengertian-keputusan-pembelian-menurut.html

https://ekonomi.kompas.com/read/2017/09/27/192814226/indonesia-jadi-pasar-terbesar-shopee

https://id.wikipedia.org/wiki/Shopee_Indonesia

https://iprice.co.id/insights/mapofecommerce/

https://tekno.kompas.com/read/2018/02/22/16453177/berapa-jumlah-pengguna-internet-indonesia

Husein, Umar, 1999, Riset Sumber Daya Manusia Dalam Organisasi, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama,

Inas Rafidah. 2017." Analisis Keamanan Kemudahan Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Secara *Online* Di Lazada." Issn : 2461-0593, Jurnal Ilmu Dan Riset ManajemenVolume 6, Nomor 2.

Kevin, M. Y. (2016). PENGARUH VERIFIKASI KEAMANAN ONLINE TERHADAP KEPERCAYAAN. *e-Proceeding of Management : Vol.3, No.3* , 2905.

Kharis, Ismu Fadli.2011.Studi Mengenai Impulse Buying dalam Penjualan Online.Skripsi Universitas Diponegoro.Semarang

Kotler, P., Bowen, J., dan Makens, J. 1999. Marketing for Hospitality and Tourism. Second Edition. Prentice Hall Inc. Upper Saddle River, New Jersey.

Kotler, Philip. 2002. *Manajemen Pemasaran: Jilid 1*. Edisi Milenium. Jakarta. Prehallindo

Kotler, Philip. 2010. Manajemen Pemasaran. Edisi tiga belas Bahasa Indonesia.Jilid 1 dan 2.Jakarta : Erlangga.

Krisnu Putra Yutadi." Pengaruh Persepsi Privasi, Persepsi Keamanan, Persepsi Kepercayaan,Persepsi Risiko, Persepsi Kegunaan Dan Persepsi Kemudahan PenggunaanTerhadap Minat Penggunaan *E-commerce."*

Lau, G, dan Lee, S, 1999. "Consumers Trust In A Brand And Link To Brand Loyalty", Journal of Marketi Focused Management.

Lidyawati. 1998. Hubungan antara Intensitas Menonton Iklan di Televisi dengan Perilaku Konsumtif. *Skripsi*(tidak diterbitkan). Surakarta : Fakultas Psikologi UMS.

Ling, K. C., Chai, L. T., & Piew, T. H. (2010). The Effects of Shopping Orientations , Online Trust and Prior Online Purchase Experience toward Customers ' Online Purchase Intention. International Business Research, 3(3), 63–76. https://doi.org/10.5539/ibr.v3n3p63

McLeod, Raymond, Jr & schell, George P, 2008, *Sistem Informasi Manajemen, Edisi 10,* Terjemahan oleh Ali Akbar Yulianto dan Afia R. Fitriati, Salemba Empat, Jakarta

Moorman, Christine, Rohit Deshpande, dan Gerald Zaltman. 1993. "Factors Affecting Trust in Market Research Relationships". Journal of Marketing. Vol 57. pp 81-101.

Morgan, R.M. and Hunt, S.D. (1994), "The commitment-trust theory of relationship marketing", Journal of Marketing, Vol. 58 No. 3, pp. 20-38.

Ni Luh Julianti, Tahun 2014. Pengaruh Suasana Toko (Store Atmosphere) Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Toserba Nusa Permai di Kecamatan Nusa Penida

Novie Hera Anthasari, Erni Widiastuti PENGARUH FAKTOR KEPERCAYAAN, KEAMANAN DAN PERSEPSI PADA RESIKO TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SHOPIE MARTIN MELALUI SISTEM ONLINE DI SURAKARTA Vol 14, No 3 (2016)

Nuseir, Mohammed T et al. 2010. Evidence of Online Shopping: A Consumer Perspective. International Review of Business Research Papers, (6)5 90-106

O Õ Cass / Journal of Economic Psychology 21 (2000) 545 ± 576

Park, E.J., Kim, E.Y.,and Forney, J. C. 2006. A structural model of fashion-oriented impulse buying behavior, Journal of Fashion Marketing and Management, Vol. 10 No. 4, pp. 433-446.

Prasetyo Agus Nurrahmanto, R. (2015). PENGARUH KEMUDAHAN PENGGUNAAN, KENIKMATAN. *DIPONEGORO JOURNAL OF MANAGEMENT* , Volume 4, Nomor 2 , Tahun 2015, Halaman 1-12.

Raman, Arasu, and Viswanathan A. 2011. Web Services and e-Shopping Decisions: A Study on Malaysian e-Consumer. IJCA Special Issue on "Wireless Information Networks & Business Information System". WINBIS

Ratna Maulida Rachmawati, Handri Dian Wahyudi, Afwan Hariri A.P., Pengaruh Kepercayaan Terhadap Minat Beli, Jurnal Ekonomi Bisnis Tahun 21, Nomor 2, Oktober 2016

Rempel, J. K., Holmes, J. G., & Zanna, M. P. (1985). Trust in close relationships. Journal of Personality and Social Psychology, 49, 95-112.

Schiffman, L, G. dan, L. L. Kanuk. 2009. Persepsi kualitas, Consumer Behavior. New Jersey: Perason Prestice Hall.

Sugiyono, (2008). Metode Penelitian Kunatitatif Kualitatif dan R&D. Bandung Alfabeta.

Sugiyono. 2004. Metode Penelitian. Bandung: Alfabeta

Sugiyono. 2012. Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta.

Thomson, 2013. Analisis Pegaruh Kualitas Pelayanan Konsumen Pada Warung Ucok Durian Iskandar Muda Medan Terhadap Keputusan Pembelian. FE USU.

Toni Hidayat, T Teviana PENGARUH KEAMANAN, KEPERCAYAAN, DAN PERSEPSI RISIKO TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SECARA

ONLINE PADA LAZADA ONLINE SHOP (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan) Vol 11, No 2 (2016)

Utomo, P., Lestariningsih, E., Suhari, Y., "Kepercayaan Terhadap Internet Serta Pengaruhnya Pada Pencarian Informasi dan Keinginan Membeli Secara Online," Jurnal Dinamika Informatika, Vol. 3 No. 1, 2011.

Yousafzai, S. Y., Pallister, J. G., and Foxall, G. R., 2003, A Proposed Model of eTrust for Electronic Banking, Technovation, 23: 847-860.

Yusnidar,SamsirSri ,Restuti PENGARUH KEPERCAYAAN DAN PERSEPSI RESIKO TERHADAP MINAT BELI DAN KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK FASHION SECARA ONLINE DI KOTA PEKANBARU JURNAL SOSIAL EKONOMI PEMBANGUNAN Tahun IV No.12, Juli 2014 : 311-329

Yusuf Fitra Mulyana. 2016. "Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Risiko, Dan KeamananTerhadap Minat Beli Konsumen Pada Toko Online."

Zulganef, 2002, Hubungan Antara Sikap Terhadap Bukti Fisik, Proses, dan Karyawan Dengan Kualitas Keterhubungan, Serta Perannya Dalam Menimbulkan Niat Ulang Membeli dan Loyalitas, Jurnal Riset dan Manajemen, Vol.2 No. 3 September 2002, Hal 98 – 115