

## DAFTAR PUSTAKA

### **Buku :**

Alma, Buchari. (2011). Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. Bandung: Alfabeta.

Indrawati. (2015). Metode Penelitian Manajemen dan Bisnis. Bandung: Refika Aditama.

Littlejohn, Stephen W & Karen A. Foss. (2014). Theories of Human Communication Edition 9, Jakarta : Salemba Humanika

Mulyatiningsih, Endang. (2011). Riset Terapan. Yogyakarta: UNY Press.

Nasrullah, Rulli. (2017). Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya dan Sosioteknologi. Bandung : PT Remaja Rosdakarya.

Sugiyono. (2014). Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D. Bandung: Alfabeta.

Yusuf, Muri. 2014. Metode Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif, dan Penelitian Gabungan. Jakarta. Prenamedia Group

### **Jurnal :**

Andryanto, Denni, Heru Susilo dan Riyadi. (2015). Pengaruh Kemudahan dan Kepercayaan Menggunakan E-Commerce Terhadap Keputusan Pembelian Online (Survei pada konsumen [www.petersyardenim.com](http://www.petersyardenim.com)). Jurnal Administrasi dan Bisnis (JAB) vol 22 No 1.

Putra, D. E. (2015). Pengaruh Kemudahan Terhadap Kemanfaatan, Minat Dan Penggunaan E-commerce (Studi Kasus Pada Pengguna Situs Olx. co. id). Jurnal Administrasi Bisnis, 21(2).

Suci Wulan Sari. (2015). Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Pelayanan di Ndalem Ngabean Resto. Jurnal Fakultas Teknik. Yogyakarta: UNY.

**Skripsi :**

Andryanto, Reza. (2016). Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Pengguna Terhadap Minat Beli di Toko Online (Studi empiris yang dilakukan pada OLX.CO.ID di Yogyakarta). Fakultas Ekonomi. Universitas Negeri Yogyakarta

Mahanani, Astyasari Esti. (2017). Persepsi Konsumen Terhadap Kualitas Produk dan Pelayanan di Rumah Makan Moro Sakeco Grabag Magelang. Universitas Negeri Yogyakarta :

Nugroho, Bagus Setiyo. (2018). Pengaruh Persepsi Kepercayaan, Kemudahan, Keamanan, dan Pelayanan terhadap Keputusan Transaksi Menggunakan Sistem E-Commerce. Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Universitas Muhammadiyah Surakarta :

Novianasari. (2018). Komunikasi Konsumen Lazada Melalui Elektronik Word Of Mouth (E-WOM). Fakultas Teknologi Informasi dan Komunikasi. Universitas Semarang

Pamungkas, Juang A. (2016). Persepsi Konsumen Terhadap Situs Penyedia Jasa Belanja Online pada OLX.co.id. Fakultas Ekonomi. Universitas Sanata Dharma : Yogyakarta

Yutadi, Krisnu Putra Wardhana. (2014). Pengaruh Persepsi Privasi, Persepsi Keamanan, Persepsi Kepercayaan, Persepsi Resiko, Persepsi Kegunaan dan Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Penggunaan E commerce. Universitas Brawijaya : Malang

**Internet :**

<https://www.nielsen.com/id/en/> (Diakses pada tanggal 13 April 2021)

<https://id.wikipedia.org> (Diakses pada tanggal 09 Desember 2020)

<https://iprice.co.id> (Diakses pada tanggal 08 Desember 2020)

<https://shopee.co.id> (Diakses pada tanggal 27 Oktober 2020)

