

- Achmad Jamaludin, 2015. Pengaruh Promosi Online dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian. **Jurnal Administrasi Bisnis (JA) Vol.21 No.1 April 2015.**
- Andy Putra Mahkota, 2014. Pengaruh Kepercayaan dan Kenyamanan Terhadap Keputusan Pembelian Online. **Jurnal Administrasi Bisnis (JAB) Vol. 8 No.2 Maret 2014.**
- Andrade, M.C.N., M.T.A. Minhoni, C.A. Sansigolo dan D.C. Zied. 2010. **Analise Quiemica da Madeira e Casca de Diferente Tipos de Eucalipto Antes e Durante o Cultivo de Shiitake em Torasi.** Arvore, Vicosa – MG. Vol.34 : 165 – 167.
- Bad, S., & Pavlou, P. A. (2002). **Evidence of The Effect of Trust Building Technology in Electronic Market: Price Premiums & Buyer Behavior.** *MIS Quarterly*. 26(3), 243-268
- Buchari, Alma, 2000, **Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa**, Cetakan Kelima, Bandung : Alfabeta
- Dimas Ermono Putra, 2015. Pengaruh Kemudahan Terhadap Kemanfaatan, Minat dan Penggunaan E-Commerce. **Jurnal Administrasi Bisnis (JAB) Vol. 21 No.2 April 2015.**
- Delone, W. H. & McLean, E. R. (1992). **Information systems success: the quest for the dependent variable.** *Information Systems Research*, 3(1), 60–95.
- Doney, P.M., and Cannon, J.P., 1997, “An Examination of The Nature of Trust in Buyer – Seller Relationship”, “*Journal of Marketing*” April, pp. 35-51.
- Gadis Paramita Parastanti, 2014. Pengaruh Prior Online Purchase Experience Terhadap Trust dan Online Repurchase Intention. **Jurnal Administrasi Bisnis (JAB) Vol.16 No.1 November 2014.**
- Hahn, Fred E. 2002. **Beriklan dan Berpromosi Sendiri.** Jakarta : PT. Gramedia. Pustaka Utama.
- Jihan Ulya Alhasanah, 2014. Pengaruh Kegunaan, Kualitas Informasi dan Kualitas Interaksi Layanan Web E-Commerce Terhadap Keputusan Pembelian Online. **Jurnal Administrasi Bisnis (JAB) Vol. 15 No.2 Oktober 2014.**

- Jogiyanto. (2007). **Metodologi Penelitian Bisnis: Salah Kaprah dan Pengalaman pengalaman**. Cetakan pertama. Yogyakarta: BPFE.
- Jurnal Diaz Arcanggih, 2014. Implementasi E-Commerce sebagai Media Promosi dan Penjualan Secara Elektronik. **Jurnal Administrasi Bisnis Vol. 14 No.1 September 2014**.
- Kotler, Philip. 2001. **Manajemen Pemasaran** : Analisis, Perencanaan, Implementasi, dan Kontrol. Jakarta : PT. Prehallindo
- Kotler, Philip, 2002, **Manajemen Pemasaran**, Jilid 2, Alih Bahasa oleh Hendra Teguh dkk, Edisi Milenium, Jakarta : PT Prenhallindo
- Liang, T.-P. and Lai, H. –J. (2002). “**Effect of store design on consumer purchase:an empirical study of online bookstore**”, Information & Management , Vol. 39, pp.431-44.
- Lim. Et.al. 2001. **Sustainable Marketing Enterprise In Asia. Prentice Hall. Singapura.**
- Lupiyoadi, Rambat. 2001. **Manajemen Pemasaran Jasa**. Jakarta : PT. Salemba Empat.
- McLeod, Raymond Jr dan Schell, George (2004). **Management Information System**. 9th Edition. Pearson Education, Inc. New Jersey
- Nazir, Moh., 2003, **Metode Penelitian**, Cetakan Keenam, Bogor Selatan : Ghalia Indonesia
- Suyanto. 2009. **Mengenal Kepemimpinan dan Manajemen Keperawatan di Rumah Sakit**. Jogjakarta : Mitra Cendikia Press.
- Schiffman and Lazar Kanuk, 2000, **Costumer behaviour, Internasional Edition, Prentice Hall**
- Moorman, Christine, Rohit Deshpande, dan Gerald Zaltman. 1993. “**Factors Affecting Trust in Market Research Relationships**”. Journal of Marketing. Vol 57. pp 81-101.
- Mayer, R.C., Davis, J. H., dan Schoorman, F. D. (1995). **An Integratif Model of Organizational Trust, Academy of Management Review**. 30 (3): 709-734
- Tjiptono, Fandi. 2005. **Pemasaran Jasa**, Malang : Bayumedia.