

## DAFTAR PUSTAKA

- Adi, Rifki Nugroho, 2008. *Analisis Faktor – faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Dengan Sistem Pre-Order secara Online* (Studi Kasus pada Online Shop Choper Jersey).
- Antarwiyati, P., Agus, L.N., dan Hadri, K., 2010, “Determinan Electronic Loyalty (e-Loyalti ) Pada Website”, *Jurnal Akuntansi & Auditing Indonesia* 14 (1).
- Augusty Ferdinand, *Metode Penelitian Manajemen; Pedoman Penelitian Untuk Skripsi, Tesis dan Disertasi Ilmu Manajemen*, Semarang; Badan Penerbit Universitas Diponegoro.2006.
- Bailey, J.dan Pearson, S.,1983.”Development a tool for Measuring and Analizing Computer user Satisfaction” *Management Science* 29 (5) : 530-545.
- Bauer, Andreas, 1993. “Competitive Location On Network”, *European Journal Operation Research*, Vol 66, p 372-392.
- Chiu et al, 2004. *Pengaruh Persepsi Privasi, Persepsi Keamanan, Persepsi Kepercayaan, Persepsi Resiko, Persepsi Kegunaan dan Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Pengguna E-Commerce*.Skripsi.Universitas Brawijaya.
- Featherman, dan Pavlou., 2002, “Predicting E-Service Adoption: A Perceive Risk Facets Perspective”, *International Journal of Human-Computer Studies*, 59 (04), hal.1034-104.
- Firman, Muhammad, dan Muhammad Chandrataruna, (2009),”Korsel, China, dan Singapura Merupakan Negara Yang Paling Percaya Pembayaran Online”.Viva News, 19 Desember 2009, Diakses Melalui [http://teknologi.news.viva.co.id/news/read/114860-keamanan\\_picu\\_Maraknya\\_belanja\\_online](http://teknologi.news.viva.co.id/news/read/114860-keamanan_picu_Maraknya_belanja_online).
- Ghozali, Imam, 2001, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS, Semarang Badan Penerbit Universitas Diponegoro*.
- Isnain Putra Bagas, Guruh Taufan Hariyadi, 2014. *Analisis Pengaruh Kepercayaan, Keamanan , Kualitas Pelayanan, dan Persepsi akan Resiko terhadap*

***Keputusan Pembelian melalui Situs Jejaring Sosial***(Studi Pada Mahasiswa di Kota Semarang).

Kim, D. J., Ferrin, D. L., dan Rao, H. R.,.”Antecedents of Consumer Trust in B-to-C Electronic Commerce,” AMCIS Paper 21, 2003. hal.157-167.

Kotler, Philip, 2005, ***Manajemen Pemasaran Jilid I***, Jakarta ; indeks

....., 2005, ***Manajemen Pemasaran Jilid II***, Jakarta ; indeks

Kusumadewi, Anggi., dan Bobby, Andalan., (2012), “Era Pemasaran Online, Pengusaha Harus Jeli”, Viva News, 28 Januari 2012, diakses melalui <http://bisnis.vivanews.com/news/read/283654-era-pemasaran-online-pengusaha-harus-jeli>.

Laudon, Kenneth.C dan Traver, Carol Guercio (2012), “E-Commerce : Bussines Technology Society”, Prentice Hall.

Lupiyoadi, Rambat, 2001, ***Manajemen Pemasaran Jasa,Teori dan Praktik***, Edisi Pertama, Penerbit Salemba Empat, Jakarta.

Mardhotillah, Izzati Choirini dan Saino. 2013. ***Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Surabaya***.Jurnal Universitas Negeri Surabaya.

Mc Knight, D. H., V. Choudry., & C. J. Kacmar. (2002). Eveloping And Validating Trust Measure for E- Commerce; An Integrative Typology.Information System Research.13 (3), 334-59.

M.Samadi A Yaghoob Nejadi, 2005. ***Perbedaan Perceived Risk Online Shoppers dan Non Online Shoppers pada Jual Beli Online***.Skripsi.Universitas Indonesia.

Mutiah Dia Sari, Siti Khirani, dan Nyimas, 2013.***Kepercayaan, Pengalaman,danService Quality TerhadapKeputusan Pembelianuntuk BertransaksiOnline*** (dilakukan pada mahasiswa PTS di Kota Palembang).

Parasuraman, A., Valarie A. Zeithaml and Arvind Malhotra (2005), “E-SQUAL:A Multiple Item Scale for Assessing Electronic Service Quality,” ***Journal of Service Research***, 7 (3 February), 213 – 3.

Pavlou, P. A., dan Gefen, D., 2002. ***Building Effective Online Marketplaces with Institution-based Trust, Proceedings of Twenty-Third International Conference on Information Systems***,pp.667-675.

- Rahma dkk.2012. *Hubungan Antara Kualitas Layanan dan Harga dengan Kepuasan Konsumen Online Shopping pada Mahasiswa Universitas Surabaya*. Jurnal Universitas Surabaya.
- Raje, Archana, dan Vandana, Tandon Khanna., 2012, “Impact of E-Service Quality in an Online Shopping”, *IJCSMS International Journal of Computer Science and Management Studies*, 12(02), hal 1-5.
- Raman, Arasu., dan Viswanathan, A., 2011, “Web Services and e-Shopping Decisions:A Study on Malaysian e-Consumer” *IJCA Special Issue on : Wireless Information Networks 7 Business Information System*, hal.54-60.
- Schiffman, Leon G., and Leslie, Lazar Kanuk., 2004, *Consumer Behaviour*, 5th Edition, Prentice Hall & Co, New Jersey.
- Sugiyono, 2010. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung; Alfabeta.
- Sunarto. (2004). *Prinsip Prinsip Pemasaran*.Yogyakarta : Amus.
- Sukma, Abdurrahman Adi., 2012, *Analisis Faktor Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Sosial Networking Websites*,Jurnal Ekonomi Manajemen, Fakultas Ekonomi Universitas Gunadarma.
- Sularto, Lana.2004. *Pengaruh Privasi, Kepercayaan Dan Pengalaman Terhadap Niat Beli Konsumen Melalui Internet*.*Jurnal Ekonomi & Bisnis* No.3, Jilid9, pp138-155.
- Suresh, A.M., dan Shashikala R., 2011, “Identifying Factors of Consumer Perceived Risk toards Online Shopping in India”, *IPEDR*, 12, hal.336-341.
- Thomson,2013.*Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Konsumen Pada Warung Ukok Durian Iskandar Muda Medan Terhadap Keputusan Pembelian*.FE USU.
- Tjiptono, Fandy., 2006, *Pemasaran Jasa* , Edisi Pertama, Penerbit Banyumedia Publisng,Malang.
- Widiyanto, Ibnu.2008, *Pointers : Metodologi Penelitian*.Semarang; BP Undip,p.216.
- YE Naiyi, 2004, *Dimensions of Consumers Perceived Risk in Online Shopping*.

Zeithaml L, Valerie A; A. Parasuraman; Leonardo L.Berry, 1998, "Servqual a multiple item scale for measuring consumer perception of service quality". *Journal of Retailing* Vol.64, no 1 , pp 12-37.