

DAFTAR PUSTAKA

- Ajzen, I. 1991. The theory of planned behavior. *Organizational behavior and human decision processes*, 50(2), pp.179-211.
- Ajzen, I. and Fishbein, M. 1980. Understanding attitudes and predicting social behaviour.
- Alpern, K.D. 1997. What do we want trust to be? Some distinctions of trust. *Business & Professional Ethics Journal*, 16(1/3), pp. 29-45.
- Amstrong, G., & Kotler, P. 2001. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Artha, U. 2011. Pengaruh Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, Persepsi Risiko, Kepercayaan, Inovasi Pribadi, Dan Kesesuaian Terhadap Sikap Penggunaan E-Commerce. *Skripsi. Universitas Brawijaya*.
- Barkatullah, A. H. 2009. Perlindungan hukum bagi konsumen dalam transaksi e-commerce lintas negara di Indonesia. *FH UII Press*.
- Baskara, Putra Isnain, & Guruh Taufan Hariyadi. 2014. Analisis Pengaruh Kepercayaan, Keamanan, Kualitas Pelayanan Dan Persepsi Akan Resiko Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Situs Jejaring Sosial (Social Networking Websites)(Studi Pada Mahasiswa Di Kota Semarang). *Skripsi, Fakultas Ekonomi & Bisnis*.
- Davis, F. D. 1989. *Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology*. *MIS Quarterly*. Vol. 13 No. 3. h. 319-40.
- Gefen, D. 2002. Reflections on the dimensions of trust and trustworthiness among online consumers. *ACM Sigmis Database*, 33(3), pp.38-53.
- Geissler, G.L., & Zinkhan, G.M. 1998. "Consumer perceptions of the World Wide Web: An exploratory study using focus group interviews". *Advances in Consumer Research*, 25 (1) hal. 386-392.
- Ghozali, I. 2006. *Analisis Multivariate lanjutan dengan program SPSS*.
- Ghozali, I., & Ratmono, D. 2013. *Analisis Multivariat dan Ekonometrika, Teori, Konsep dan Aplikasi dengan Eviews 8*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro

- Gurung, A. 2006. Empirical Investigation of the Relationship of Privacy Security, and Trust with Behavioral Intention to transact in E –Commerce. *Disertasi. Arlington: The University Of Texas.*
- Hung, S.Y., Chang, C.M., Yu, T.J. 2006. Determinants of user acceptance of the e-Government services: The case of online tax filing and payment system. *Government Information Quarterly* (23), pp.97–122.
- Hoffman, D.L., Novak, T.P., & Peralta, M. 1999. Building Consumer’s Trust Online. *Communication of the ACM*, 42(4), 80-85. <http://dx.doi.org/10.1145/299157.299175>.
- Indriantoro, N., & Supomo, B. 2002. *Metode Penelitian Bisnis*. Yogyakarta: BPFE.
- Indriantoro, N., & Supomo, B. 2011. *Metodologi Penelitian Bisnis dan Akuntansi Manajemen*. BPFE: Yogyakarta.
- Jarvenpaa, S. L., Tractinsky, N., Saarinen, L., & Vitale, M. 1999. Consumer Trust in an internet store: a cross-cultural validation. *Journal of ComputerMediated Communication*, Volume 5(2).
- Lau, G.T. and Lee, S.H. 1999. Consumers' trust in a brand and the link to brand loyalty. *Journal of Market-Focused Management*, 4(4), pp.341-370.
- Lupiyoadi, Rambat. 2001. *Manajemen Pemasaran Jasa; Teori dan Praktik (Edisi Pertama)*. Penerbit Salemba Empat. Jakarta.
- Mardhotillah, I. C, dkk. 2013. Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Baseball Food Court Universitas Negeri Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 1(3).
- Malhotra, N. K., Kim, S. S., & Agarwal, J. 2004. Internet Users' Information Privacy Concerns (IUIPC): The construct, the scale, and a causal model. *Information Systems Research*, 15(4), pp.336-355.
- McKnight, D.H., Choudhury, V. and Kacmar, C. 2002. The impact of initial consumer trust on intentions to transact with a web site: a trust building model. *The Journal of Strategic Information Systems*, 11(3), pp.297-323.
- Noor, R.M. 2008. Aspek Hukum Teknologi Digital Dan Dokumentasi Pertanahan. *Institutional Partnership for Strentgthening Land Administration (IPSLA)*. Yogyakarta.
- Permatasari, Cicilia Desy Widya. 2015. Pengaruh Kepercayaan, Keamanan, Persepsi Resiko, dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian

- Secara Online (Studi Pada Pengguna Situs olx.co.id d/h berniaga.com). *Jurnal Manajemen Bisnis Volume 2 - 2015 FE Univ . Dian Nuswantoro.*
- Pavlou, P.A. 2003. Consumer Acceptance of Electronic Commerce: Integrating Trust and Risk with the Technology Acceptance Model. *International Journal of Electronic Commerce / Spring 2003*. Vol. 7 (No. 3), pp. 69–103.
- Riduwan, M. B. A. 2004. *Metode & Teknik Menyusun Tesis.*
- Santoso, S. 2010. *Statistik Parametrik.* Elex Media Komputindo.
- Sujarweni, V. W. 2015. *Metodologi penelitian bisnis & Ekonomi.* Pustaka Baru Pers, Yogyakarta.
- Sukma, A. A. 2012. Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian *Social Networking Websites.* *Jurnal Ekonomi Manajemen, Fakultas Ekonomi Universitas Gunadarma.*
- Susilowati, D., Cahyono, Y.T. dan MM, A. 2016. *Pengaruh Privasi, Keamanan, Kepercayaan, Dan Pengalaman Terhadap Niat Untuk Bertransaksi Secara Online* (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Surakarta).
- Swastha, Basu & Irawan. 2008. *Menejemen Pemasaran Modern. Cetakan Ketujuh.* Penerbit LIBERTY : Yogyakarta.
- Tjiptono, F. 2011. *Pemasaran jasa.*
- Tyra, M.J. dan Clara, C. 2015. Analisis Faktor–Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Pelanggan Belanja Online. *Jurnal Manajemen., 18(03).*
- Vardiansyah, Dani. 2008. *Filsafat Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar.* Jakarta.
- Widyatama, R. 2011. *Teknik Menulis Naskah Iklan: Agar Tepat Kena Sasaran.*
- Yang, S., Lu, Y., Gupta, S., Cao, Y., & Zhang, R. 2012. Mobile payment services adoption across time: An empirical study of the effects of behavioral beliefs, social influences, and personal traits. *Computers in Human Behavior, 28(1), 129-142.*
- Yutadi, K.P. dan Haris, L. 2014. Pengaruh Persepsi Privasi, Persepsi Keamanan, Persepsi Kepercayaan, Persepsi Risiko, Persepsi Kegunaan Dan Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Penggunaan E-commerce. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB, 3(1).*