

## DAFTAR PUSTAKA

- Azwal Haekal, Bambang Widjajanta, 2016, Pengaruh Kepercayaan dan Persepsi Resiko Terhadap Minat Membeli Secara *Online* pada Pengunjung Website *Classifieds* di Indonesia, *Journal of Business Management and Entrepreneurship Education*, Vol.1, No.1, April.
- Alexa, 2017, <https://www.alex.com/siteinfo/tokopedia.com>, (diakses pada 20 Juli 2017)
- APJII, 2017, Penetrasi Pengguna Internet, <http://www.apjii.or.id>, (diakses pada 23 Oktober 2018).
- Claudia Iconaru, 2012, *The Mediating Role of Perceived Risk when Buying Online*, *Acta Universitatis Danubius. OEconomica*, issue 5, Mei.
- CNN Indonesia, 2016, <https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20160818173028-185-152287/>, Maret, (diakses pada 23 Oktober 2018).
- CNN.com, 2017, <https://www.cnnindonesia.com/nasional/20180717140856-12-314780>, Juli, (diakses pada 20 Oktober 2018)
- Deik.com, 2012, <https://inet.detik.com/cyberlife/d-2007120/8/>, September, (diakses pada 12 Desember 2018).
- Jayanti Dwi Ratna, 2015, Pengaruh Harga dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online (Studi Kasus Pada Harapan Maulina Hijab Jombang), *EKSIS*, Vol. 10, No. 1, April.
- Kotler dan Keller, 2005, *Manajemen Pemasaran*, Jilid 2, Edisi ke 8, Erlangga, Jakarta.
- Kompas, 2016, <https://tekno.kompas.com/read/2016/07/20/22030007>, Juli (diakses pada 20 November 2018)
- Liputan6.com, 2017, <http://m.liputan6.com/tekno/read/3068210/>, Agustus, (diakses pada 25 november 2018).
- Nugroho J. Setiadi, 2015, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, Penerbit Kencana, Jakarta.
- Priansa Juni Donni, 2017, *Perilaku Konsumen dalam Persaingan Bisnis Konterporer*, Penerbit Alfabeta, Bandung.

- Rafidah inas, Djawoto, 2017, Analisis Keamanan Kemudahan dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian secara Online di Lazada, *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, Vol. 6, No. 2, Februari.
- Sugiyono, 2012, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, Penerbit Alfabeta, Bandung.
- Sugiyono, 2015, *Statistika untuk Penelitian*, Penerbit Alfabeta, Bandung.
- Sunyoto Danang, 2015, *Perilaku Konsumen dan Pemasaran*, Penerbit PT Buku Seru, Jakarta.
- Setiadi, Nugroho J., 2015, *Perilaku Konsumen Konsep dan Implikasi Untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*, Kencana, Jakarta.
- Wahyuni Sari, Irawan Herry, dan Sofyan Endang, 2017, Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Online di Situs Online Fasion Zalora.co.id, *Jurnal e-Proceeding of Management*, Vol. 4, No. 2, Agustus.
- Yulia Rozana, 2017, Pengaruh Keamanan Berransaksi, Kemudahan Penggunaan, dan Persepsi Resiko Terhadap Minat Beli Secara Online di Situs E-commerce Lazada, *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.