

DAFTAR PUSTAKA

- Assael H.1998.*Consumen behavior and marketing Action*,Cincinati,ohio:south westren college publishing
- Arwiedya. 2011. *Analisis Pengaruh Harga, Jenis Media, Promosi Resiko Kinerja, dan Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian Via Internet Pada Toko Online (Studi Kasus Pada Konsumen Toko Fashion Online yang bertindak sebagai Reseller yang ada di Indonesia*. Jurnal Ekonomi.
- Handoko (2000). Manajemen pemasaran, Analisa perilaku konsumen.Yogyakarta :BPFE-Yogyakarta
- Boone Louis dan Kurtz 2005, *Contemporary marketing* 2005 Thomson South Western, ohio. USA.
- Kienan (2011), *Small Business solution E-commerce*, Alex media komputindo, Jakarta
- Chen, S.C., & Dhillon, G.S. 2003. Interpreting Dimensions of Consumer Trust in E-Commerce. *Information Technology and Managemet*, 4, 303-318.
- rosalia (2011)” Pengaruh persepsi resiko terhadap kepercayaan dan keputusan pembelian online “
Progam studi Manajemen, Fakultas Ekonomi Universitas Atma Jaya Yogyakarta.Jalan barbasari 43-44,Yogyakarta
- Dewi kusuma wardani(2010)”*Faktor penentu niat bertransaksi melalui jejaring sosial di intenet berdasarkan technology acceptance model(TAM)*”.
- Dharmmesta,B.S 2002.”*Theory of planned Behaviour* dalam penelitian sikap niat dan perilaku konsumen”.KELOLA Gadjah Mada University Business Review Th.VII(18)
- Dharmesta dan Irawan, 2005, *Manajemen Pemasaran Modern*, Edisi Kedua, Yogyakarta : Liberty
- Ariwibowo (2013) “Pengaruh *Trust* dan *Perceived of risk* terhadap niat untuk bertransaksi menggunakan *E-commerce*. Jurnal Nominal/ Volume II Nomor I/ Tahun 2013. Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta
- Engel 1994. Perilaku konsumen .Jakarta:Bimapura Aksara
- Fandy Tjiptono, dkk, 2008. Strategi Pemasaran. Yogyakarta: Andi.
- Ghozali.(2010)”*Aplikasi Analisis Multivariate dengan Sess*”.Cetakan Kelima.Badan penerbit Universitas Diponegoro.Semarang
- Susanto (2012) “*Pengaruh persepsi kemudahan, promosi mulut ke mulut , persepsi resiko terhadap keputusan pembelian online shop yang dimediasi rasa percaya*”.Fakultas Ekonomi Universitas Jenderal Sudirman.

Hair.et.al (2006:719)"Multivariate Data analysis 6 ed\\Ed.New jersey:pearson education

Jogiyanto HM.2007 "Sistem Informasi keperilakuan" Yogyakarta:Andi offset

Sujana(2016)"Peran kepercayaan dalam memediasi pengaruh kualitas situs terhadap niat konsumen untuk berbelanja di situs zalora". E-Jurnal Manajemen Unud,Vol.5,No.1,2016: 595-622

Kotler 2008 Manajemen Pemasaran, Edisi Milenium diterjemahkanBenyamin Molan, PT. Prenhallindo, Jakarta

Kotler, Philip and Gary amstrong. 2008. Prinsip prinsip pemasaran, Edisi 12.Jilid 1. Jakarta:Erlangga

Kotler, Amstrong . 2010. *Principles Of Marketing*. 13 Edition. New Jersey . Upper Saddle River: Pearson Prentice Hall

Kotler dan Keeler. 2006. *Marketing Management*. Edisi 12. Persion Education Inc.

Lau, Geok Then and Sook Han Lee, 1999, Customer's Trust in a Brand and the Link to Loyalty, *Journal of Market Focussed Management*,

Rahayu (2011) "*The effect of trust,perceived of risk,perceived benefit dan cost on costumer Online purchase Intention (An Empiral Study at accounting studentsof Brawijaya University and Muhammadiyah University of Malang*

Luarn dan Lin.2008. *A customer loyalty Model for E-Service context*.Journal of electronic e-commerce Research ,Vol.4.No.4,156 167

Lui, H., K., dan Jamieson, R. 2003. Integrating Trust and Risk Perceptions in Business-to-Consumer Electronic Commerce with The Technology Acceptance Model. In European Conference on Information Systems 2003. Naples.

Malhotra, Nasher K. 2012. *Basic Marketing Research: Integration of Social Media*.

Pavlou(2003) "*Consumer acceptance of electronic commerce:Integrating trust dan risk with the technology acceptance model*."International journal of electronic commerce,vol. 7(3)

Pavlou,David Geven (2004),"Building affective online marketplaces with Institution-based Trust".Information system Research vo.15(1).

Setiawan (2014) "Peran kepercayaan dalam memediasi persepsi resiko pada niat beli produk fashion via instagram di kota Denpasar". E-jurnal Manajemen Unud Vol 5,No 4,2016:2026-2053

Kotler, Philip. 2005. Manajemen Pemasaran, Jilid 1 dan 2. Jakarta: PT. Indeks Kelompok Gramedia

Rendra, 2011. *Perbedaan perceived Risk Online Shoppers dan Non online Shoppers pada jual beli online*. Skripsi (dipublikasikan). Jakarta: FISIPOL Universitas Indonesia

firdayanti (2012) ” *Persepsi resiko melakukan e-commerce dengan kepercayaan konsumen dalam membeli produk fashion online*. Jurusan Psikologi, Fakultas Ilmu Pendidikan, Universitas Negeri Semarang, Indonesia

Ryan (2008) *In brands We Trust*, International Business Master Thesis No 2002: 4

Sekaran, Uma. 2000. *Research Methods for Business*. New York: John Wiley & Sons, Inc.

Setiadi (2003). *Perilaku konsumen : Konsep dan Implikasi untuk strategi dan penelitian Pemasaran*, Bandung: Prenada media

Schiffman, Lazar Kanuk (2004). *Perilaku konsumen*. Alih Bahasa oleh Zoelkifli Kasip, Edisi ketujuh. Jakarta: Penerbit PT. Gramedia

Schiffman and Kanuk, 2007. *Consumer Behavior*, New Jersey: Pearson Prentice Hall

Strauss and Raymond Forst (2001), *E-marketing third edition*, New Jersey: Prentice Hall

Sugiyono, P. and J. Ozanne (March 2000), “*Influences on Exchange Processes: Buyer’s Preconceptions of a Seller’s Trustworthiness and Bargaining Toughness*”, *Journal of Consumer Research*, hal. 939-953 no. 2009. Metode penelitian Bisnis Bandung: Alfabeta

Susanto, 2004. *Sistem Informasi Manajemen*. Bandung: Lingkar Jaya.

Turban, et al. 2006. *Introduction to information Technology*. 2nd edition. John Wiley & Sons, Inc. New Jersey

Umar, Husein, 2002, “*Metodologi Penelitian*”, Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.

Ustadiyanto (2000). *Framework E-commerce*. Edisi Pertama penerbit Andi Yogyakarta

Nurlela, (2013) “*Pengaruh Marketing Terhadap Keputusan Pembelian pada PT X*”. Jurnal, Bandung.

Yusnidar, dkk. 2014. *Pengaruh Kepercayaan Dan Persepsi Resiko Terhadap Minat Beli Dan Keputusan Pembelian Produk Fashion Secara Online Di Kota Pekanbaru*. Jurnal Sosial Ekonomi Pembangunan. Tahun IV No.12, Juli : 311-329

Referensi Website

<http://id.techinasia.com>

Source: <http://www.eurekapedidikan.com/2015/10/pengertian-uji-validitas-dan-reliabilitas-empirik-teoritik.html>

Socclub.co.id.2015

Survei Asosiasi E-commerce Indonesia (idEA) (2015)

