

DAFTAR PUSTAKA

- Adi, Rifqi Nugroho. 2013. *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Dengan Sistem Pre Order Secara Online (Studi Kasus Pada Online Shop Chopper Jersey)*. Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro.
- Ahmadi, Candra dan Hermawan Dadang, 2013, *E-Bussiness dan E-Commerce*. Yogyakarta:CV. ANdi Offcet.
- Alam, Syed Syah and Norjaya Mohd Yasin. 2010. "What factors influence online brand trust: evidence from online tickets buyers in Malaysia. *Journal of Theoretical and Applied Electronic Commerce Research*. 5(3): pp.78-89.
- Ardinia Triwidyastika. 2012. *Studi Tentang Pengaruh Persepsi Manfaat dan Persepsi Resiko Terhadap Sikap Pada Belanja Online dan Implikasinya Pada Minat Belanja Online di D'Sheteo Boutique*. Universitas Diponegoro. *Jurnal Sian Pamasaran Indonesia*. Volume XI, No. 1, Mei 2012, halaman 51-75.
- Berman, Barry and Joel R. Evans, 2007. *Retail Management A Strategi Approach*. Edisi 10. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Caterinicchia, D. 2005. *Holiday Shoppers Guard Against Web Risks*, *Knight Ridder Tribune Business News*, p.1.
- Cindy Regina Oroh, David P. E. Saerang, dan Farlane S. Rumokoy. 2015. *The Influence Of Percived Ease Of Use, Peceived Usefulness And Trust on Repurchase Intention of Lion Air E-Ticket*. International Business Administration (IBA) Program, Management Department. Faculty of Economics and Business, Sam Ratulangi University, Manado 95115, Indonesia. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi* Volume 15 No. 05 Tahun 2015.
- Fachrizi Alwafi, Rizal Hari Magnadi. 2016. *Pengaruh Persepsi Keamanan, Kemudahan Bertransaksi dan Kepercayaan Toko dan Pengalaman Berbelanja Terhadap Minat Beli Secara Online Pada Situs Jual Beli Tokopedia. Com*. Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro. *Diponegoro Journal Of Management*. Volume 5, Nomor 2, Tahun 2016, Halaman 1-15 ISSN (Online): 2337-3792
- Firdayanti, R. 2012. *Persepsi Risiko Melakukan E-Commerce dengan Kepercayaan Konsumen dalam Membeli Produk Fashion Online*. *Journal of Social and Industrial Psychology*, 2-4.

- Forsythe, S and Shi, B. 2003. *Consumer Patronage and Risk Perceptions in Internet Shopping*. Journal of Business Research, Vol. 56, No. 11, pp. 867-875.
- Gregg, Dawn G; Walczak, Steven. 2010. *The relationship between website quality, trust and price premiums at online auctions*. Journal Springer Science and Business Media. 10(1): pp.1-25.
- Hari Susanta Nugraha. 2017. *Pengaruh Keamanan Bertransaksi, Kemudahan, dan Persepsi Risiko Terhadap minat Beli Secara Online di Situs E-Commerce Lazada (Studi pada Pengguna Situs Lazada.id di Kota Semarang)*. Administrasi Bisnis, Universitas Diponegoro, Indonesia.
- Harris, L. C. dan Goode, M. H. 2010. *Online Servicecapes, Trust, and Purchase Intention*. Journal of Service Marketing. Vol 24 No. 3.
- Hendratta, Y. K., Purbandari, T. dan Mujilan. 2013. *Pengaruh Structural Assurance dan Perceived Reputation terhadap Trust Pengguna Internet di Sistem E-commerce*. Jurnal Riset Manajemen dan Akuntansi, 82.
- Hsiao, K.-L., Lin, J. C.-C., Wang, X.-Y., Lu, H.-P., dan Yu, H. 2010. *Antecedents and Consequences of Trust in Online Product Recommendations*. Online Information Review, 944.
- Hui Chen. 2012. *The Influence of Perceived Value and Trust on Online Buying Intention*. School of Economics and Management, Beijing University of Posts and Telecommunications, Beijing, China. Journal of Computers, Vol, 7, No. 7, July 2012.
- Istiani, Panggih, Rizki, Dwi. 2014. *Analisis Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan dan Kredibilitas Terhadap Minat Penggunaan Berulang Internet Banking dengan Sikap Penggunaan sebagai Variabel Intervening pada Nasabah Layanan Internet Banking di Indonesia*. Skripsi. Fakultas Ekonomika dan Bisnis. Universitas Deponogoro Semarang.
- Iswara, Danu. 2016. *Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, Kualitas Informasi, dan Persepsi Resiko Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Pengguna Media Sosial Intagram di Kota Yogyakarta)*. Skripsi Program Studi Manajemen. Jurusan Fakultas Ekonomi. Universitas Negeri Yogyakarta.
- Kim, D. J., Ferrin, D. L., dan Rao, H. R. 2008. *A Trust-based Consumer Decisionmaking Model in Electronic Commerce: The Role of Trust, Perceived Risk, and Their Antecedents*. Decicion Support Systems, 544-564.

- Kwek Choon Ling, Dazmin bin Daud dan Tan Hoi Piew. 2011. *Perceived Risk, Perceived Technology, Online Trust for the Online Purchase Intention in Malaysia*. Faculty of Management and Information Technology, UCSI University. International Journal of Business and Management, Vol. 6, No. 6; June 2011.
- Ling Kwek Choon, Lau Teck Chai dan Tan Hoi Piew. 2010. *The Effects of Shopping Orientations, Online Trust and Prior Online Purchase Experience toward Customers' Online Purchase Intention*. Faculty of Management and Information Technology, UCSI University. International Business Research, Vol. 3, No. 3; July 2010.
- Mao, Ding. 2010. *A Study of Consumer Trust in Internet Shopping and The Moderating Effect of Risk Aversion in Mainland China*. Hong Kong Baptist University. Journal Manajemen. 3(1)pp.1-50.
- Malik, E et. Al. 2012. *Brand Image: Past, Present and Future*, Journal of Basic and Applied Scientific Research, Vol 02, Desember, hal 69-75.
- McCole, P., Ramsey, P., & Williams, J. 2010. *Trust Considerations on Attitudes Towards Online Purchasing: The Moderating Effect of Privacy And Security Concerns*. Journal of Business Research. Vol. 63 hal 1018-1024.
- Meskarani, F., Ismail, Z., dan Shanmugam, B. 2013. *Online Purchase Intention: Effects of Trust and Security Perception*. Australian Journal of Basic and Applied Sciences. Vol. 7(6): 307-315.
- Oentoro, Deliyanti. 2012. *Manajemen Pemasaran Modern*. Edisi Kesembilan. Jilid 1 dan jilid 2. Jakarta: Prehalindo. Penerbit LaksBang PRESSindo.
- Park, J.H, dan Stoel, L. 2005. *Effect Of Brand Familiarity, Experience And Information On Online Apparel Purchase*. International Journal of Retail & Distribution Management. Vol. 33, No. 2/3, pp. 148-160.
- Patty, Ruth dkk, 2014, *Pengaruh Technology Acceptance Model Terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian Pada Online Shop Grifabell*. Program Magister Manajemen, Sekolah Pasca Sarjana. Jurnal Administrasi Bisnis Volume 10, Nomor 2, Tahun 2014.
- Pavlou, P. A. 2010. *Consumer Acceptance of Electronic Commerce: Integrating Trust and Risk with the Technology Acceptance Model*. International Journal of Electronic Commerce. 7 (3): 69-103.
- Rahim, Hamidah. 2017. *Analisis Pengaruh Persepsi Resiko dan Kepercayaan Terhadap Minat Transaksi Pengguna Paytren Pada PT. Veritra Sentosa Internasional*. Universitas Putra Indonesia YPTK Padang, Indonesia. Jurnal EKOBISTEK Fakultas Ekonomi, Vol. 6, No. 2, Oktober 2017, Hal 274-285 ISSN : 2301-5268, E-ISSN : 2527-9483.

- Rahmawati, Siti Annisa. 2013. *Antecedent Keputusan Pembelian Online (Studi Kasus Online Purchasing)*. Skripsi Dipublikasikan. Universitas Diponegoro.
- Randi. 2016. *Pengaruh Citra Merek Terhadap Minat Beli Pada Makanan Fast Food Ayam Goreng (Studi Kasus Pada Konsumen Texas Chicken Pekanbaru)*. Jurusan Ilmu Administrasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik. Universitas Riau. Program Studi Administrasi Bisnis FISIP Universitas Riau. JOM FISIP Vol. 3 No. 2–Oktober 2016.
- Rehman, F., Nawaz, T, Khan A, dan Hyder, S. 2014. *How Advertising Effect the Buying Behavior of Consumers in Rural Areas: A Case Of Pakistan*. Academic Research International, 5 (4), 403-412.
- Rekarti, Endi dan Hertina, Lilis. 2014. *Beberapa Faktor Yang Berpengaruh Terhadap Minat Beli Online Pada Situs Jual Beli Toko Bagus. Com*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana. Jurnal Ilmu Ekonomi dan Sosial, Jilid 2, Nomor 3, Maret 2014, hlm. 311-318.
- Rosandi, Shinda, dan Sudarwanto, Tri. 2013. *Pengaruh Citra Merek dan Desain Kemasan Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Produk Susu Ultra (Studi pada Cafeteria Srikandi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Surabaya)*. Prodi Pendidikan Tata Niaga, Jurusan Pendidikan Ekonomi, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Surabaya.
- Rosian Anwar dan Wijaya Adidarma. 2016. *Pengaruh Kepercayaan dan Risiko Pada Minat Beli Belanja Online*. Alumni Fakultas Teknik dan Ilmu Komputer Universitas Bakrie. Dosen Fakultas Teknik dan Ilmu Komputer Universitas Bakrie. Jurnal Manajemen dan Bisnis Sriwijaya Vol. 14 No.2 Juni 2016.
- Semuel, H dan Lianto, AS. 2014. *Analisis ewom, brand image, brand trust dan minat beli produk smartphone di Surabaya*. Jurnal Manajemen Pemasaran, Vol. 8, No. 2, pp. 47-54.
- Sangadji, Etta, Mamang, dan Sopiah. 2013. *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta : Cv. AndiOffset.
- Schiffman, Leon, L. Kanuk, LL. 2010. *Perilaku Konsumen*. Alih Bahasa: Zoelkifli Kasip. Jakarta: PT. INDEKS.
- Simamora, B. 2011. *Riset Pemasaran: Falsafah, Teori, dan Aplikasi*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Suhir M, Imam Suyadi, dan Riyadi. 2014. *Pengaruh Persepsi Risiko, Kemudahan Manfaat terhadap Keputusan Pembelian secara Online (survei terhadap pengguna situs www.kaskus.co.id)*. Jurnal Administrasi Bisnis (JAB). Vol.8. No.1. Februari 2014.

Sudjarmika, Fransiska, Vania. 2017. *Pengaruh Harga, Ulasan Produk, Kemudahan, dan Keamanan Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online di Tokopedia.com*. Program Manajemen Bisnis, Program Studi Manajemen, Universitas Kristen Petra. Agora Vol. 5, No. 1, 2017.

Sumit Chaturvedi, Sachin Gupta dan Devendra Singh Hada. 2016. *Perceived Risk, Trust and Information Seeking Behavior as Antecedents of Online Apparel Buying Behavior in India: An Exploratory Study in Context of Rajasthan*. School of Management Studies, JECRC University, Jaipur, Rajasthan, India. School of Management Studies, JECRC University, Jaipur, Rajasthan, India, Department of Mathematics, Kautilya Institute of Technology and Engineering & School of Management. International Review of Management and Marketing, 2016, 6(4), 935-943.

Susanti, Vivid dan Cholicul Hadi. 2013. *Kepercayaan Konsumen dalam Melakukan Pembelian Gadget secara Online*. Jurnal Psikologi Industri dan Organisasi Vol. 02. No. 01.

Wong, Jony. 2010. *Internet Marketing for Beginner*. Jakarta: Elex Media Komputindo.

Yu, C. S. 2011. *Construction and validation of an e-lifestyle instrument*. Internet Research, 21, 214-235. <http://dx.doi.org/10.1108/10662241111139282>.

Yusnidar, Samsir dan Sri Restuti. 2014. *Pengaruh Kepercayaan dan Persepsi Resiko Terhadap Minat Beli dan Keputusan Pembelian Produk Fashion Secara Online di Kota Pekanbaru*. Konsultan PMTA, Water Resource and Irrigation Sector Management Program 2. Dosen Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Riau. Jurnal Sosial Ekonomi Pembangunan Tahun IV No.12, Juli 2014 : 311-329.

