

DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrahman, A. S. (2012). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Melalui Social Networking Websites. *Fakultas Ekonomi, Universitas Gunadarma*.
- Adam, M. (2018). *Practical Guide of the Integrated Structural Equation Modeling (SEM) with LISREL and AMOS for Marketing & Social Sciences Thesis*. Deepublish.
- Alhasanah, J. U. (2014). Pengaruh Kegunaan, Kualitas Informasi dan Kualitas Interaksi Layanan Web E-COMMERCE Terhadap Keputusan Pembelian Online . *Jurnal Administrasi Publik*.
- Anwar, R., & Adidarma, W. (2016). Pengaruh Kepercayaan dan Resiko Pada Minat Belanja Online. *Jurnal Manajemen & Bisnis*.
- Arikunto, S. (2006). *Prosedur penelitian suatu pendekatan praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Bajaj, K. K., & Nag, D. (2005). *E-Commerce, The Cutting Edge of Business Second Edition*. New Delhi: Tata Mc Graw-Hill Publishing Company Limited.
- C. Mowen, J., & Minor, M. (t.thn.). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Erlangga.
- Chen, S. C., & Dhillon, G. S. (2003). *Interpreting Dimensions of Consumer Trust in eCommerce, Information Technology and Management, 4*.
- Ghozali, I. (2011). *"Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS"*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2007). *Manajemen Pemasaran Edisi 12 Jilid 1*. Jakarta: Indeks-Prentice Hall.
- Laudon, J., & Laudon, K. (1998). *Essential of management information system*. New Jersey: Prentice Hall.

- Laudon, K. C., & Laudon, J. P. (2008). *Sistem Informasi Manajemen. Terjemahan Chriswan Sungkono dan Machmudin Eka P. Edisi 10*. Jakarta: Salemba.
- Maulidiyahwati, S. (2017). Pengaruh Kepercayaan, Keamanan, Kualitas Pelayanan Dan Persepsi Risiko Menggunakan E-Commerce Terhadap Keputusan Pembelian Online. *Jurnal Ekonomi*.
- McKnight, e. (2002). "Developing and Validating Trust Measures for e-Commerce: An Integrative Typology". *Information Systems Research, No. 3, Vol. 13*.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research methods for business: A skill building approach*. John Wiley & Sons.
- Sidharta, I., & Suzanto, B. (2015). Pengaruh Kepuasan Transaksi Online Shopping Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Sikap Serta Perilaku Konsumen Pada E-Commerce. *Journal Computech & Bisnis*.
- Sukma, A. A. (2012). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian. *Jurnal Ekonomi Manajemen, Fakultas Ekonomi Universitas*.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2005). *Service, Quality, & Satisfaction*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2016). *Service, Quality & satisfaction*. Yogyakarta: Andi.
- Zulfikar. (2016). *Pengantar Pasar Modal dengan Pendekatan Statistika*. Yogyakarta: Deepublish.