DAFTAR PUSTAKA

Adhis Anggianty Putri.S. desember 2015. Alasan belanja online bukan Cuma harga. Kompas. Com

Alma, Buchari. *2011. Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta

Anandya Cahya Hardiawan, 2013, Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online.

APJII. (2016). Profil Pengguna Internet Indonesia 2016

Bisnis Online. (2015). Keluhan Saat Berbelanja Online, Fenomena Lumrah. http://www.bisnisonlinebeni.lakukeras.info/keluhan-saat-berbelanjaonline-fenomena-lumrah/. Diakses tanggal 12 Januari

Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII).2016.*Pertumbuhan pengguna internet*.http://www.apjii.or.id. Diakses tanggal 12 Januari

Assauri, Sofjan. 2014. *Manajemen Pemasaran Dasar, Konsep, dan Strategi*. Cetakan Ketiga belas. PT. Raja Gravindo Persada : Jakarta

Azwar, S. 2011. *Manajemen Pemasaran di Indonesia, Analisis Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian*, Jilid Kedua, Edisi I, Salemba Empat, Jakarta.

Bailey, J. E., and Pearson, S. W. 1983. *Development of a Tool for Measuring andAnalyzing Computer User Satisfaction. Management Science*, Vol 29

Barkatullah, A. H., dan T. Prasetyo. 2005. *Bisnis E-Commerce Studi Sistem Keamanan dan Hukum di Indonesia*. Pustaka Pelajar. Yogyakarta.

Buchari Alma. 2014. *Manajemen Pemasaran Barang dan Jasa*, Bandung : Alfabeta.

Cannon, J. 2010. *Pemasaran Dasar-Pendekatan Manajemen Global*.Salemba empat Jakarta.

Durianto, D. 2012. *Strategi Menaklukkan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.

Edwin Hadi Setiaawan dan Anisatul Ffauziah. 2017. Pengaruh Keamanan, Kemudahan, Kepercayaan, Dan Risiko Kinerja Terhadap Keputusan Pembelian

Secara *Online* (Studi Kasus Tokopedia.Com Di Kabupaten Lumajang). *Jurnal Ilmu Manajemen Advantage, Vol.01, No.1, Juni.*

Engel, Blackwell, dan Miniard. 1995. *Perilaku Konsumen*. Jakarta Barat: Binarupa Aksara.

Ghozali, I. 2012. *Analisis Multivariate Lanjutan dengan Program SPSS*. Edisi Pertama, Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.

Hendra Fure. 2013. Lokasi, Keberagaman Produk, Harga, Dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Beli Pada Pasar Tradisional Bersehati Calaca. Jurnal EMBA 273 Vol.1 No.3 September 2013, Hal. 273-283.

Inas Rafidah. 2017. Keamanan Kemudahan Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Secara *Online* Di Lazada. Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen Volume 6, Nomor 2, Februari 2017 ISSN : 2461-0593

Kotler, Philip dan G. Amstrong. 2005. *Prinsip-Prinsip Pemasaran.* Jilid 1 dan 2. PT. Indeks Kelompok Gramedia, Jakarta

Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. (*Perilku Konsumen dan Keputusan Pembelian*). Erlangga, Jakarta.

Kotler, P. 2012. *Manajeme n Pemasaran* . Edisi Milenium. PT. Prenh al lindo. Jakar t a.

Kotler, P. 2011. *Marketing Management*. 11th Edition, Pearson Education Inc, New Jersey.

Laudon, K, & Traver, C. 2012. E-commerce 8th Edition. Bussines. Technology. Society

Lamb, H dan Mc Daniel,2014, *Pemasaran I*, Edisi Pertama, Penerbit Salemba Empat Jakarta.

Mangkunegara, A. P. 2004. *Perilaku Konsumen*. Edisi Revisi, Cetakan Kedua, Bandung. Penerbit PT. Refika Aditama.

Marius P, A,2006, *Dasar –Dasar Pemasaran*, Edisi Revisi, Cetakan Kedua, Penerbit PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta.

Mowen, J. C. dan Minor, M. 2010. *Pe rilaku konsume n* . Terjemah a n Oleh Lina Salim. PT. Erlangga. Jakar t a .

Mustafa, Hasan. 2013. *Metodologi Penelitian*. Cetakan Kesepuluh, Penerbit Bumi Aksara, Jakarta

Schiffman, Leon, & Kanuk, Leslie Lazar. 2014. *Consumer Behaviour 7th Edition (Perilaku Konsumen)*. PT Indeks, Jakarta.

Setiadi , N. 2010. *Perilaku Konsume n . Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran.* Kencana. Jakar t a.

Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Pemdidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R dan D*. Alfabeta. Bandung.

Supranto, dan Limakrisna, N. 2011. *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Edisi 2. Mitra Wacana Media. Jakarta.

Schiffman , Leon G and Leslie Lazar Kanuk. 2010. *Customer Behavior*. Prentice Hall Inc, USA

Swastha, Basu dan Irawan, 2012. *Manajemen Pemasaran Modern.* Liberty, Yogyakarta

Tjiptono, Fandy. 2013. *Manajemen Jasa*. Penerbit Andi, Yogyakarta

Widiyono dan M. Pakkanna. 2013. *Pengantar Bisnis : Respon Terhadap Dinamika Global*. Edisi Asli. Mitra Wacana Media. Jakarta.

Yenny Yuniarti. 2016. Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Secara *Online.* Vol.18 No. 1 Hal 27-37 Januari – Juni 2016 ISSN: 0852-8349.

Inas Rafidah. 2017. Analisis Keamanan Kemudahan Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Secara *Online* Di Lazada. Volume 6, Nomor 2, Februari 2017 ISSN : 2461-0593

Hendra Fure. 2013. Lokasi, Keberagaman Produk, Harga, Dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Beli Pada Pasar Tradisional Bersehati Calaca. Vol.1 No.3 September 2013, Hal. 273-283

Farli Liwe. 2013. Kesadaran Merek, Keragaman Produk, Dan Kualitas Produk Pengaruhnya Terhadap Pengambilan Keputusan Konsumen Membeli Di *Kentucky Fried Chicken* Manado. Vol.1 No.4 Desember 2013, Hal. 2107-2116 ISSN 2303-1174

Edwin Hadi Setiaawan dan. Anisatul Ffauziah. 2017. Edwin Hadi Setiaawan Anisatul Ffauziah. *Jurnal Ilmu Manajemen Advantage, Vol.01, No.1, Juni, 2017*

Sari Wahyuni et al. 2017. Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan Dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian *Online* Di Situs *Online Fashion* Zalora.Co.Id. Vol.4, No.2 Agustus 2017 | Page 1406 ISSN : 2355-9357

Gita Anggreiny Tampanatu et al. 2014. Analisis Gaya Hidup, Kualitas Prdoduk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Matahari *Department Store Mega Trade Center* Manado. Vol.2 No.3 September 2014, Hal. 807-816 ISSN 2303-1174

Machrani Rinandha Bilondatu. 2013. Motivasi, Persepsi, Dan Kepercayaan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Sepeda Motor Yamaha Di Minahasa. Vol.1 No.3 September 2013, Hal. 710-720 ISSN 2303-1174