

DAFTAR PUSTAKA

- Ade Irma Junida. 2013. Cash on Delivery, solusi instan belanja online.
<http://www.antaranews.com/berita/383514/cash-on-delivery-solusi-instan-belanja-online>. Senin, 07 Agustus 2017.
- Agung Abdul Rasul, SE, MM. 2013. *EKONOMETRIKA Formula Dan Aplikasi Dalam Manajemen*. Jakarta: Mitra Wacana Media
- Ahmad Sofi. 2013. *Metode Scoring System*.
<http://methodmetode.blogspot.co.id/2013/09/metode-scoring-system.html>.
Kamis, 20 Juli 2017.
- Albertus Martanto. 2017. *Belanja di Tokopedia Mengecewakan*.
<https://mediakonsumen.com/2017/01/14/surat-pembaca/belanja-tokopedia-mengecewakan>. Selasa, 08 Agustus 2017.
- Alwafi, Fachrizi dan Magnadi, Rizal Hari. 2016. Pengaruh Persepsi Keamanan, Kemudahan Bertransaksi, Kepercayaan Terhadap Toko dan Pengalaman Berbelanja Terhadap Minat Beli Secara Online Pada Situs Jual Beli Tokopedia.com. *Diponegoro Journal of Management*. Volume 5, Nomor 2, Tahun 2016, Halaman 1-15.
- Anwar Hidayat. 2012. *Tutorial Uji Normalitas Kolmogorov Smirnov dengan SPSS*.
<https://www.statistikian.com/2012/09/uji-normalitas-dengan-kolmogorov-smirnov-spss.html>. Rabu, 12 Juli 2017.
- Ardyanto, Denni et al. 2015. Pengaruh Kemudahan dan Kepercayaan Menggunakan E-Commerce Terhadap Keputusan Pembelian Online. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*. Vol. 22 No.1 Mei 2015.
- Arif Rahman. 2015. *Tokopedia Mengecewakan Pembeli*.
<http://www.suratpembaca.web.id/detail/53735/Tokopedia+Mengecewakan+Pembeli>. Selasa, 08 Agustus 2017.
- Basu Swastha dan T. Hani Handoko. 2005. *Manajemen Pemasaran, Analisa Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: BPFE.
- Brenda Kienan. 2001. *Small Business Solutions E-Commerce*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Dea C. S. 2015. *Indonesia Urutan Kedua Terbesar Negara Asal "Cyber Crime" Di Dunia*.
<http://nasional.kompas.com/read/2015/05/12/06551741/Indonesia.Urutan.Kedua.Terbesar.Negara.Asal.Cyber.Crime.di.Dunia>. Senin, 29 Mei 2017.

- Ferdinand, Augusty. 2006. *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian untuk Penulisan Skripsi, Tesis, dan Desertasi Ilmu Manajemen*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Florentinus B. A. A dan Sumarno D. S. 2015. Analisis Pengaruh Kepercayaan, Keamanan, Kualitas Pelayanan, Dan Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Situs Jejaring Sosial. *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan*. Vol 15 No. 2, Juni 2015: 203 – 210.
- Freddy Rangkuti. 2013. *Riset Pemasaran*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Gauzente, C. 2004. “Web merchant’s privacy and security statement: How reassuring are they customers? Twosided approach”. *Journal of Electronic Commerce Research*. Vol 5 (3): 181-198.
- Hasyim Dan Rina Anindita. 2009. *Prinsip-Prinsip Dasar Metode Riset Bidang Pemasaran*. Jakarta: UIEU-University Press.
- Ibnu Widiyanto Dan Sri Lestari P. 2015. Perilaku Pembelian Melalui Internet. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*. Vol. 17 No. 2, September 2015: 109-112.
- Ilham Tugiso et al. 2016. Pengaruh Relationship Marketing, Keamanan, Kepercayaan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Online Shop Dan Loyalitas konsumen Sebagai Variabel Intervening. *Journal of Management*. Volume 2 No. 2, Maret 2016.
- Jarvenpaa, S. L., et al. (1999). Consumer Trust in an internet store: a cross-cultural validation. *Journal of Computer-Mediated Communication*. Volume 5(2).
- Luh Alviolita K.N. dan Ni Made Purnami. 2015. Pengaruh Persepsi Harga, Kepercayaan, Dan Orientasi Belanja Terhadap Niat Beli Secara Online (Studi Pada Produk Fashion Online di Kota Denpasar). *E-Jurnal Manajemen Unud*. Vol. 4 No. 8, 2015: 2380-2406.
- M. I. Maghfurrodhi. 2015. *Indonesia Peringkat Pertama Traffic Cyber Crime*. <http://rimanews.com/nasional/kriminal/read/20150405/205467/Indonesia-Peringkat-Pertama-Traffic-Cyber-Crime>. Selasa, 11 April 2017.
- Muchlisin Riadi. 2016. *Pengertian dan Manfaat Kepercayaan (Trust)*. <http://www.kajianpustaka.com/2016/05/pengertian-dan-manfaat-kepercayaan-trust.html>. Kamis, 20 april 2017.
- Mowen, J.C., & Minor, M. 2002. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Erlangga.
- Nazir, Moh. 2013. *Metode Penelitian*. Bogor: Ghalia Indonesia.

- Noor, R.M., 2008. *Aspek Hukum Teknologi Digital Dan Dokumentasi Pertanahan. Institutional Partnership for Strengthening Land Administration (IPSLA)*. Yogyakarta.
- Nugroho J. Setiadi. 2013. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Nusaresearch. 2015. *Popular Brand Index "E-Commerce Site"*.
<http://nusaresearch.com/pbi/zoom.php?ID=94&IDbrand=44&IDcategory=4#>. Selasa, 11 April 2017.
- Nusaresearch. 2015. *Marketplace Site Begin to Dominate E-Commerce Market in Indonesia 2015*.
[http://nusaresearch.com/upload/userfiles/files/csv/nusa%20VOL/Topline_PBI%20E-Commerce_Sept2015%20\(Eng\).pdf](http://nusaresearch.com/upload/userfiles/files/csv/nusa%20VOL/Topline_PBI%20E-Commerce_Sept2015%20(Eng).pdf). Jumat 21 april 2017.
- Philip Kotler dan Gary Armstrong. 2013. *Dasar-Dasar Pemasaran Jilid 1*. Jakarta: Indeks.
- Pramono Hari Adi. 2014. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Di Jejaring Sosial Facebook. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*. Vol. 2 No. 2, September 2014 Hal. 114-124.
- Sahit Raharjo. 2014. Cara Melakukan Uji Linearitas dengan Program SPSS.
<http://www.spssindonesia.com/2014/02/uji-linearitas-dengan-program-spss.html?m=1#>. Kamis, 14 Juli 2017.
- Sahit Raharjo. 2014. Uji Normalitas Rumus Kolmogorov-Smirnov SPSS.
<http://www.konsistensi.com/2013/07/uji-normalitas-rumus-kolmogorov-smirnov.html>. Jumat, 14 Juli 2017.
- Schiffman Leon G. dan Kanuk L. L. 2000. *Perilaku Konsumen*: Jakarta. Indeks.
- Trustedcompany.com. *Review Tentang Tokopedia*.
<http://trustedcompany.com/id/reviews-tokopedia.com>. Selasa, 08 Agustus 2017/
- Wikipedia. *Tokopedia*. <https://id.wikipedia.org/wiki/Tokopedia>. Jumat, 21 April 2017.
- Wikipedia. *Perilaku Konsumen*. https://id.wikipedia.org/wiki/Perilaku_konsumen. Jumat, 05 Mei 2017.
- Yohanes Suhari. 2008. Keputusan membeli Secara Online dan Faktor-Faktor Yang Mempengaruhinya. *Jurnal Teknologi Informasi*. Volume XIII No. 2, Juli 2008: 140-146.

Yunita Fitri Wahyuningtyas dan Dyah Ayu Widiastuti. 2015. Analisis Pengaruh Persepsi Risiko, Kemudahan Dan Manfaat Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online (Studi Kasus Pada Konsumen Barang Fashion di Facebook). *Jurnal Kajian Bisnis*. Vol. 23, No. 2, 2015, 112-120.

Universitas
Esa Unggul

Universitas
Esa Unggul

Universitas
Esa Unggul