

DAFTAR PUSTAKA

- Andryanto, Reza. 2016. *Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Manfaat, dan Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Beli Di Toko Online (Studi Empiris yang Dilakukan pada OLX.co.id di Yogyakarta)*. Yogyakarta: Fakultas Ekonomi. Universitas Negeri Yogyakarta.
- Baskara, Isnain Putra dan Guruh Taufan Hariyadi. 2014. "Analisis Pengaruh Kepercayaan, Keamanan, Kualitas Pelayanan dan Persepsi akan Resiko terhadap Keputusan Pembelian Melalui Situs Jejaring Sosial" Universitas Dian Nuswantoro. Semarang.
- Faradila dan Soesanto. 2016. *Analisis Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Persepsi Manfaat Terhadap Minat Beli Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening (Studi pada Toko Online berrybenka.com di Kalangan Mahasiswa Universitas Diponegoro)*. Jurnal Studi Manajemen dan Organisasi, 13, hlm.149-160.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Kedua Belas, Jilid 1, dialih bahasakan oleh Benjamin Molan, Jakarta: PT Indeks.
- Kotler, Philip R., Bowen, John T & Makens, James. (2014). *Marketing for Hospitality and Tourism: Sixth Edition*. Pearson Education Limited. London
- Anandita, F. B. A., & Saputra, S. D. (2014). Analisis Pengaruh Kepercayaan, Keamanan, Kualitas Pelayanan, Dan Persepsi Akan Risiko Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Situs Jejaring Sosial. *Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan*, 15(2), 203–210.
- Kodu, S. (2013). Harga, Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Toyota Avanza. *Jurnal EMBA*, 1(3), 1252–1259. <https://doi.org/10.1002/pola.21914>
- Nurrahmanto, Prasetyo Agus. 2015. *Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kenikmatan Berbelanja, Pengalaman Berbelanja dan Kepercayaan Konsumen terhadap Minat Beli Konsumen di Situs Jual Beli Online Bukalapak.com*. Semarang: Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Diponegoro.
- Peter dan Olson, 2010. *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. D.Sihombing (penerjemah). Consumen Behavior. Jakarta: Gelora Aksara Pratama
- Kodu, S. (2013). Harga, Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Toyota Avanza. *Jurnal EMBA*, 1(3), 1252–1259. <https://doi.org/10.1002/pola.21914>
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hasyim, dan Anindita, R. (2009). *Prinsip-Prinsip Dasar Metode Riset Bidang Pemasaran* (1, ed.). Jakarta: UIEU-University Press.
- Pardede, dan Manurung. (2014). *Analisis Jalur (Path Analysis)*. Jakarta: Rineka Cipta.

- Ruswanty, E.(2015). Panduan penulisan laporan ilmiah SBN: 978-97-29-5420-3. Yogyakarta: Andi
- Sumanto. (2014). *Statistik Terapan*. Yogyakarta: CAPS
- Sangadji, E. M., dan Sopiah. (2010). *Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Andi.
- Rosdiana, Riski dan Iyus Akhmad Haris. 2018. *Pengaruh Kepercayaan Konsumen Terhadap Minat Beli Produk Pakaian Secara Online*. International Journal of Social Science dan Business. Vol. 2, No. 3, pp. 169-175
- Sugiyono, 2013. *Metode Penelitian Pendidikan Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung :Alfabeta
- Sugiyono, 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Kombinasi dan R&D*. Bandung :Alfabeta
- Istijanto, O. (2010). *Riset Sumber Daya Manusia*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Schiffman, L & Kanuk L.L. 2008. *Perilaku Konsumen Edisi 7*, Jakarta.
- Anandita, F. B. A., & Saputra, S. D. (2014). Analisis Pengaruh Kepercayaan, Keamanan, Kualitas Pelayanan, Dan Persepsi Akan Risiko Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Situs Jejaring Sosial. *Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan*, 15(2), 203–210.
- Yunita, N. R., Sumarsono, H., & Farida, U. (2019). Pengaruh Persepsi Risiko,Kepercayaan,Dan Keamanan Terhadap Keputusan Pembelian Online Di Bukalapak(Studi Kasus Pada Komunitas Buka Lapak Ponorogo). *ISOQUANT : Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, 3(1), 90. <https://doi.org/10.24269/iso.v3i1.243>