

DAFTAR PUSTAKA

- Aberg, J. dan Shahmehri, N., 2000. The Role of Human Web Assistants in ECommerce:an Analysis and a Usability Study, *Internet Research: Electronic Networking Applications and Policy*, 10 (2): 114-125
- Aditya, Mahardika Widjana.2010. Determinan Faktor Penerimaan Terhadap Internet Banking Pada Nasabah Di Surabaya. *Thesis Program Pasca Sarjana. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surabaya*
- Augusty, Ferdinand. 2006. *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian untuk skripsi, Tesis dan Disertai Ilmu Manajemen*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Ali Septiono Muhibuddin, Untarini Nindria 2014 Pengaruh *trust dispition* dan *risk aversion* terhadap niat beli *online* pada FJB Kaskus di wilayah Surabaya
- Amal Khairul, Hafasnuddin 2017 Pengaruh harga,dan kepercayaan terhadap niat pembelian *online* dengan persepsi nilai sebagai variabel mediasi (Studi pada konsumen blibli.com di kota Banda Aceh) *Jurnal Ilmu Mahasiswa Ekonomi Ekonomi Manajemen*, Vol.2, No.1, November 2017 : 252-266
- Anoraga, Pandji.2010. *Manajemen Bisnis*.Jakarta : PT. Rineka Cipta
- Berapa jumlah pengguna pasar *online* di Indonesia?, <https://tekno.kompas.com>, Diakses 22 Februari 2018
- Berapa Lama Orang Menghabiskan Waktu di Situs Belanja Online?, <http://marketplus.co.id>. diakses 8 November 2018
- Chaffey, Dave. 2007. *Business and eCommerce Management* 3 edition. Harlow: Pearson Education, Inc
- C, K, Laudon., Traver. 2014. *E-Commerce 2014, 10th Edition*. Pearson
- Endigalani Annisa, Dirgantara I Made Bayu (2017) Analisis pegraruh kemudahan pemakaiansitus, mutu informasi, kepercayaan pembelian, dan kesan harga terhadap niat belanja daring di OLX.CO.ID pada mahasiswa Universitas Diponegoro Semarang.*e-jurnal-s1.undip.ac.id*, Vol.6, No. 4,2017 :1-11 ISSN (online) : 2337-3792
- Haris Abdul 2014 Pengaruh kepercayaan, kemudahan mengoperasikan layanan dan resiko belanja *online* terhadap niat beli melalui jejaring sosial *ejurnal.umm.ac.id*
- Hasyim dan Helmi, A. 2017 Consumers trust as the mediating factor for insurance buying intention in Indonesia. *Internasional jurnal of economics, commerce and management*. Vol.V, Issue 2, Februari 2017.
- Hidayah Taufik R 2016 Pengaruh brand *trust* terhadap niat konsumen untuk melakukan pembelian produk elektronik pada situs jual beli Lazada.Dinamika global: rebranding keungan kompetitif berbasis kearifan lokal, ISBN 978-602-60569-2-4Gedung pasca sarjana FEB UNEJ, 17 Desember 2016

- Hui Wang 2014. The relationship Between Brand Image and Purchase Intention Moderated by Price Discount, *Jurnal International Management*, Tutung University
- Irmadhani, 2012. Pengaruh Presepsi Kebermanfaatan Presepsi Kemudahan Penggunaan Dan Computer Self Efficacy, Terhadap Penggunaan online Banking Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri. *Jurnal*. Yogyakarta: FE UNY.
- Jalilvand, Mohammad Reza dan Samiei, Neda.2012.“The effect of electronic word of mouth on brand image and purchase intention (An empirical study in the automobile industry in Iran)”, *Jurnal Marketing Intellegence & Planning*
- Jogiyanto. 2008. *Sistem informasi keperilakuan* ed. Rev. Yogyakarta: Andi
- Kotler & Amstrong.2008. *Dasar-dasar pemasaran*. Jakarta: Perhallindo
- Kurniawan, wahyu (2012) Analisis pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk dan harga terhadap kepercayaan konsumen produk notebook, Studi kasus terhadap dua merk notebook. *Naskah publikasi Ilmiah*. Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Ling, K. C., Chai, L. T., & Piew, T. H. (2010). The Effects of Shopping Orientations , Online Trust and Prior Online Purchase Experience toward Customers ' Online Purchase Intention. *International Business Research*, 3(3), 63–76.
- Listyorini, sari, 2015. Kepercayaan konsumen Terhadap Niat Beli Produk Fashion yang Dipasarkan Melalui Media Sosial Facebook. *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol.14,No.1.
- Meier, A dan Stormer, H, 2009. *eBusiness and eCommerce : Managing the Digital Value Chain*. Springer-Verlag Berlin Heidelberg.
- Muharsi, Sri. 2006. Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepercayaan dan Pengaruhnya Terhadap Loyalitas. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan* Vol. 8 No. 1.
- Narko Dwi, IBN Udayana 2017 Pengaruh trust, store image dan presived risk terhadap purchase intention online shop *Jurnal Manajemen Dewantara*, Vol.1, No.2, 2017 : 38-43
- Noorkholis, Maharama. 2018 Pengaruh kepercayaan, kemudahan dan persepsi resiko terhadap keputusan pembelian jasa gojek di kota semarang yang dimediasi minat beli sebagai variabel intervening. *Jurnal Ekobis* Vol.19, No.2, 203-213.
- Nuraini. 2009. “Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Desain Produk, Harga Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan”. *Skripsi* Fakultas Ekonomi undip.
- Nusarika Luh Alviolita Kusuma, Purnami Ni Made (2015)Pengaruh persepsi harga, Kepercayaan, dan Orientasi belanja, Terhadap niat beli secara

- online.E-Jurnal Manajemen Unud*, Vol. 4, No.8, 2015 : 2380-24066ISSN : 2302-8912
- Ramayah, T., dan Ignatius, J. 2005. Impact of perceived usefulness, Perceived ease of Use and Perceived Enjoyment on Intention to shop Online. *ICFAI Journal of Management*. Volume 3(3), 36-35
- Riyadi, Siti Endang A, Daisy Andri R. 2017. Pengaruh Kemudahan Terhadap Kepercayaan Dan Penggunaan SMS Banking (Studi pada Mahasiswa Siswi jurusan Administrasi Bisnis Universitas Brawijaya) *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)* Vol.43No.1Februari2017,administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id.
- Pardede, R., & Manurung, R. 2014. *Analisis Jalur (Path Analysis)* (Pertama). Jakarta: Rineka Cipta.
- Pertumbuhan ecommerce tercepat di dunia <https://databoks.katadata.co.id/> , Diakses 21 Agustus 2019.
- Potensi ecommerce di Indonesia, <https://www.ekrut.com/media/semakin-berkembang-ini-potensi-e-commerce-di-indonesia>, Diakses 21 Agustus 2019.
- Purnomo,eko *et al.* 2016. Pengaruh harga kualitas produk dan lokasi terhadap minat beli konsumen dalam membeli beras local (Studi kasus desa Rambah utama).*Jurnal Fakultas Ekonomi Universitas Pasir Pengairan*. 12 Desember 2016.
- Rustamat,kartika & Andjarwati. 2014. Pengaruh kualitas produk citramerk dan harga terhadap niat beli konsumen pada Samsung Galaxy TAB. *Jurnal Ilmu Manajemen*, Vol.2, No.1, Januari 2014
- Styawati Titik,Suseno Djoko.Y, Triyastity Rahayu (2016)Pengaruh keamanan, dan kepercayaan,terhadap niat beli produk *online shop* dengan norma subjektif sebagai variabel moderasi *Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia*, Vol.10, No.2, Desember 2016 : 191-203
- Swatsha, basu dan irawan.2008. *Manajemen Pemasaran modern*. Yogyakarta : Liberty Offset.
- Tingkat kepercayaan konsumen di Indonesia terhadap layanan digital, <https://news.microsoft.com/>, Diakses 21 Agustus 2019.
- Wahyudi, Arief.T & Rivai,Risman.A. 2017. Pengaruh persepsi kualitas,citra merk, persepsi harga terhadap loyalitas pelanggan dengan kepercayaan dan kepuasan pelanggan sebagai variable mediasi. *Jurnal bisnis dan Komunikasi*. Kalbisco, Vol.4, no. 1 Februari 2017
- Yusnidar,samsir dan restuti, sri. 2014. Pengaruh Kepercayaan dan Persepsi Resiko terhadap minat beli dan keputusan pembelian produk fashion secara online di kota peKan baru. *Jurnal social ekonomin pembangunan*. No 12 : 312-329.