

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmadi Candra dan Dadang Hermawan. 2013. *E-Business dan E-commerce*, Andi, Yogyakarta.
- Ainurrofiq. 2007. "Pengaruh Dimensi Kepercayaan (Trust) Terhadap Partisipasi Pelanggan E-commerce (Studi Pada Pelanggan E-commerce Di Indonesia). Thesis. Program Pasca Sarjana Fakultas Ekonomi Universitas Brawijaya. Malang. Vol I. ISBN 979-545-0270-1
- Anik Susanti. 2015. "Pengaruh Persepsi Kegunaan, persepsi Kemudahan, Persepsi Risiko dan Persepsi kepercayaan terhadap minat menggunakan mobile banking". Skripsi. UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta. Yogyakarta
- Artiningtyas Indah, Maria M Minarsih, Leonardo Budi Hasiolan, "Pengaruh Kualitas Layanan, Persepsi Harga Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan". Universitas Pandanaran Semarang, Vol 1 No 1, Februari.
- Adityo Benito. 2011. "Analisis Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Secara On Line Di Situs KASKUS". Skripsi. Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro. Semarang.
- C. Mowen, John. Michael Minor. 2002. *Perilaku Konsumen*. Erlangga. Jakarta.
- Davis, F.D. 1989. "Perceived Usefulness, Perceived Ease of use, and User Acceptance of Information Technology". *MIS Quarterly*. Vol. 13 No. 5: pp319-339.
- _____, F.D. Bagozzi R. P., dan Warshaw P. R. 1989. "User Acceptance of Computer Technology: A Comparison of Two Theoretical Models. *Management Science*". Gurung, A. (2006). *Empirical Investigation of the Relationship of Privacy, Security, And Trust with Behavioral Intention to transact in E-commerce*. The University Of Texas at Arlington
- Fifyanita Ghanimata.. 2012. "Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan lokasi Terhadap Keputusan Pembelian" Skripsi. Universitas Brawijaya. Malang
- Gita Febrila, Nurlita. 2015. "Pengaruh persepsi kegunaan, Persepsi Kemudahan, Kenyamanan, kepercayaan, kepuasan, dan Loyalitas pelanggan terhadap Minat pembelian kembali secara online", *Jurnal*, Universitas Brawijaya. Malang Vol 4 No 2.

- Haryosasongko, 2015. "Pengaruh Persepsi Risiko, Persepsi Kemudahan, Dan Persepsi Manfaat Terhadap Minat Pembelian Online Pada Website Lazada.co.id di Kota Malang" Universitas Brawaijaya. Malang. Vol 3 No 2
- Hardiawan 2013."Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online (Studi Pada Pengguna Situs Jual Beli Online tokobagus.com)". S1 thesis, Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro. Semarang.
- Imam Ghazali. 2011. *Aplikai Analisis Multivarite dengan SPSS*, Cetakan Keempat, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Edisi 5.Semarang.
- Irmadhani, Adhi Nugroho Mahendra. 2012. "Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan, Persepsi Kemudahan Penggunaan Dan Computer Self Efficacy, Terhadap Penggunaan Online Banking Pada Mahasiswa S1 Fakutlas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta " UNY, Yogyakarta
- Jogiyanto, H. M. 2004. *Metodologi Penelitian Bisnis*. BPFE. Yogyakarta
- _____. 2007. *Sistem Informasi Keperilakuan*. Erlangga. Yogyakarta
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane. 2009. *Manajemen Pemasaran*, Edisi 13, Erlangga, Jakarta.
- Kim, D. J., Ferrin, D. L., & Rao, H. R. 2008. "A Trust-Based Consumer Decision-Making Model in Electronic Commerce: The Role of Trust, Perceived Risk, and Their Antecedents. *Decision Support Systems*, Singapura, Vol 44, No 2.
- ____ J.-I., Lee, H. C., & Kim, H. J. 2004. "Factors Affecting Online Search Intention and Online Purchase Intention. *Seoul Journal of Business*, Seoul, Korea Selatan. Vol.10, No.2.
- Mochamad Ridzky Arwiedya. 2011. "Analisis Pengaruh Harga,Jenis Media Promosi,Resiko Kinerja, Dan Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian Via Internet Pada Toko Online". Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro. Semarang.
- Megantara, Suryani. 2016. "Penentu Niat Pembelian Kembali Tiket Pesawat Secara Online Pada Situs Traveloka.Com" *Jurnal Universitas Udayana* Vol 5 No 9.
- Mulyana, Yusuf Fitra. 2016."Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Risiko, Dan Keamanan Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Toko Online (Studi Pada Toko online olx.co.id)". S1 thesis, Universitas Negeri Yogyakarta.

- Nazar & Syahrani. 2008. "Pengaruh Privasi, Keamanan, Kepercayaan, dan Pengalaman terhadap Niat untuk Bertransaksi secara Online". Program Pasca Sarjana Universitas Gajah Mada. Yogyakarta. SNA XI.
- Novitasari, Safina, 2014. "Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Resiko, Persepsi Manfaat, dan Persepsi Kontrol Perilaku Terhadap Niat Penggunaan Sistem Ecommerce", Jurnal ilmiah mahasiswa FEB, Universitas Brawijaya. Malang. Vol 3 No 1.
- Onny Herlambang. 2014. "Pengaruh persepsi kemudahan, persepsi kegunaan, persepsi nilai, pengaruh sosial, persepsi risiko, dan kepercayaan terhadap minat menggunakan e-commerce". Jurnal ilmiah mahasiswa, Universitas Brawijaya. Malang Vol 4 No 2.
- Pavlou, P. A. 2003. "Consumer acceptance of electronic commerce: Integrating trust and risk with the technology acceptance model." *International Journal of Electronic Commerce*, Vol. 7 No 3
- _____. Paul A., David Geven. 2004, "Building Effective Online Marketplaces with Institution-based Trust". *Information System Research*. Vol.15 No 1
- Rositasari Maharani. 2015. "Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Risiko, Persepsi Kemudahan, Dan Persepsi Manfaat Terhadap Sikap Pembelian Produk Fashion Melalui Online Shop (Studi Pada Pengguna Facebook Di Indonesia)". Jurnal ilmiah mahasiswa FEB, Universitas Brawijaya. Malang Vol 3 No 2.
- Sartika Sari Ayu Tjini, Zaki Baridwan. 2014. "Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Resiko, Persepsi Manfaat, Dan Persepsi Kontrol Perilaku Terhadap Niat Penggunaan Sistem E-commerce" Jurnal ilmiah mahasiswa FEB, Universitas Brawijaya. Malang Vol 1 No 2.
- Sanusi, Anwar. 2011, *Metodologi Penelitian Bisnis*, Salemba Empat, Jakarta.
- Santoso, Singgih. 2001. *Mengolah Data Statistik Secara Profesional*. PT. Alex Media Komputindo. Jakarta.
- Schiffman dan Kanuk. 2008, *Perilaku Konsumen*, Edisi 7, PT.Indeks, Jakarta
- Sutisna. 2002. *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. Remaja Rosdakarya. Bandung
- Suharsimi Arikunto. 2002. *Metodelogi Penelitian*. Rineka Cipta, Jakarta.
- Sugiyono. 2014. "*Statistika Untuk Penelitian*". Alfabeta. Bandung:

- Suhir., dkk. 2014. “Pengaruh Persepsi Risiko, Kemudahan Dan Manfaat Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online”. Jurnal ilmiah mahasiswa FEB Universitas Brawijaya. Malang. Vol 8 No 1.
- Tjiptono, Fandy. 2004. *Pemasaran Jasa*, Erlangga, Jakarta,
- Wahyu Adi Nugroho, Budi Sudaryanto. 2012. “Pengaruh Kinerja Layanan, Kepercayaan Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Konsumen Dalam Menggunakan Jasa Pengiriman Barang (Studi Kasus Di Hira Cargo Cabang Semarang)” Manajemen, Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro. Semarang
- Yolanda, Arabella. 2014. “Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Persepsi Kenyamanan, dan Norma Subjektif terhadap Minat Menggunakan *E-commerce*”. Skripsi, Universitas Brawijaya. Malang Vol 2 No 2.
- Alexa, Situs Traveloka, <http://www.alex.com/siteinfo/Traveloka.com> diakses pada 15 Januari 2017
- Badan Pusat Statistik, Publikasi Transportasi Udara tahun 2015, https://www.bps.go.id/website/pdf_publicasi/Statistik-Transportasi-Udara-2015.pdf, Diakses pada 16 Januari 2017
- E-Marketter, Perbandingan Lazada dan Traveloka, <http://marketeers.com/antara-lazada-Traveloka-dan-facebook/> diakses pada 09 september 2016
- Kompas, Pengguna Internet di Indonesia, <http://tekno.kompas.com/Pengguna-Internet.Indonesia.Nomor.Enam.Dunia> diakses pada 2 November 2016
- Kamus Besar Bahasa Indonesia, Pengertian Objek, <http://kbbi.web.id/objek> diakses pada 2 November 2016
- Kementerian komunikasi dan informasi, Data Pengguna Internet 2015, <https://kominfo.go.id> diakses pada 10 Januari 2017.
- Lembing, Persaingan Tiket.com vs Traveloka.com, <http://lembing.com/peta-persaingan-tiket-com-vs-Traveloka-com/> diakses pada 15 Januari 2017
- Similarweb, Website Traveloka, <https://www.similarweb.com/website/Traveloka.com> Diakses pada 16 Januari 2017.
- Techinasia, Annalisa Pasar Traveloka, <https://id.techinasia.com/Traveloka-startup-unicorn-analisis-pasar> diakses pada 12 September 2016
- Phocuswright, Industri Travel Indonesia, <http://www.phocuswright.com/Travel-Research/Market-Overview-Sizing/Indonesia-Online-Travel-Overview-Arrived-With-a-Bang-Brace-for-the-Boom> diakses pada 9 Maret 2017.