

## DAFTAR PUSTAKA

- Adi, Pramono Hari, (2014), “Faktor-faktor yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian secara *online* di jejaring sosial facebook”, *Jurnal Bisnis dan Manajemen (JBIMA) Vol. 2 No. 2 September, Hal. 114-124.*
- Agusli, Devonalita, dan Yohanes Sondang Kunto, (2013), “Analisa pengaruh dimensi ekuitas merek terhadap minat beli konsumen Midtown Hotel Surabaya”, *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra Vol. 1 No. 2, halaman 1-8.*
- Alhasanah, Jihan Ulya, dkk., (2014), “Pengaruh kegunaan, kualitas informasi dan kualitas interaksi layanan *web e-commerce* terhadap keputusan pembelian *online*”, *Jurnal Administrasi dan Bisnis (JAB) Vol. 15 No. 2 Oktober.*
- Anonim, Data Statistik Shopee, <https://www.alexametrics.com/siteinfo/shopee.co.id> (diakses pada 11 Maret 2017 pukul 16.32 WIB)
- Anonim, Sepuluh Toko Online Terbaik di Indonesia, <http://tekno.liputan6.com/read/3068210/ini-10-toko-online-terbaik-di-indonesia> (diakses pada 08 November 2017 pukul 19.13 WIB).
- Ardyanto, Denni, dan Susilo Riyadi, (2015), “Pengaruh kemudahan dan kepercayaan menggunakan *e-commerce* terhadap keputusan pembelian *online*”. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB) Vol. 22 No. 1 Mei.*
- Bauboniene, Zivile, (2015), “E-commerce factors influencing consumers online shopping decision”, *Journal of Sociallines Technologies No. 5(1), p.74-81*
- Fatmawati, Endang, (2015), “Technology acceptance Model (TAM) Untuk Menganalisis Penerimaan Terhadap Sistem Informasi Perpustakaan”, *Jurnal Iqra' Vol. 09 No. 1 Mei.*
- Ghozali, Imam, (2011), *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19*, Edisi Kelima, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- Ghozali, Imam, (2016), *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program IBM SPSS 23*, Edisi Kedelapan, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- Hung, Yu-Ting, dan Cant, Michael C, (2017), “Is information quality on a shopping website a deciding factor for South African

- consumers?”. *Journal of Business and Retail Management Research (JBRMR) Vol. 11 Issue 4 July*.
- Jayanti, Ratna Dwi, (2015), “Pengaruh harga dan kepercayaan terhadap keputusan pembelian secara *online*”, *Jurnal EKSIS Vol. X No. 1 April 2015*.
- Kotler, Philip dan Kevin Keller, (2008), *Manajemen Pemasaran*, Edisi ke 13 jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Rahmawati, dkk., (2015), *Statistika Teori dan Praktek* (3rd ed.), Yogyakarta: Lab Manajemen UMY.
- Rizki, Kharisma H, dkk., (2015), “Pengaruh kemudahan dan kualitas informasi terhadap minat dan keputusan pembelian secara *online*”. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB) Vol. 28 No. 1 November*.
- Sekaran, U., (2006), *Metodologi Penelitian Untuk Bisnis* (Keempat ed.), Jakarta: Salemba Empat.
- Sugiyono, (2014), *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung : Alfabeta.
- Suhir, Moch, dkk., (2014), “Pengaruh persepsi risiko, kemudahan dan manfaat terhadap keputusan pembelian secara *online*”. *Jurnal Administrasi dan Bisnis (JAB) Vol. 8 No. 1 Februari*.