

DAFTAR PUSTAKA

- Anthasari dan Widiastuti. 2016. Pengaruh Faktor Kepercayaan, Keamanan Dan Persepsi Pada Resiko Terhadap Keputusan Pembelian Produk Shopie Martin Melalui Sistem Online Di Surakarta. *Jurnal Penelitian dan Kajian Ilmiah Fakultas Ekonomi*. Vol.14 No.3
- Arikunto, S. 2006a. *Metode Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Bumi Aksara
- _____. 2006b. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Aribowo, Dwi Putra Jati dan Mahendra Adhi Nugroho. 2013. “Pengaruh Trust dan Perceived of Risk Terhadap Niat Untuk Bertransaksi Dengan Menggunakan E-Commerce”. *Jurnal Nominal*. FE-UNY Volume 2. Nomor 1. halaman 11-35.
- Barkatullah, Abdul Halim dan Teguh Prasetyo. 2006. *Bisnis E-commerce (Studi Sistem Keamanan dan Hukum di Indonesia)*. Penerbit Pustaka Pelajar. Yogyakarta.
- Baskara dan Hariyadi. 2014. Penelitian Analisis Pengaruh Kepercayaan, Keamanan, Kualitas Pelayanan dan Persepsi akan Resiko Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Situs Jejaring Sosial. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*. Vol. 4 No.7.
- Benito Adityo, Imroatul Khasanah. 2010. Analisis Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan Dan Kualitas, Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Secara On Line Di Situs Kaskus. *Jurnal Ekonomi*. Vol.11 No.3 Juni 2010.
- Chaffey, Dave. 2007. *Business and eCommerce Management 3 Edition*. Harlow: Pearson Education, Inc.
- Chen, Hiu. 2012. The Influence of Perceived Value and Trust on Online Buying Intention. *Journal Of Computers*, Vol. 7, No. 7.
- Emad Y. Masoud. 2013. The Effect of Perceived Risk on Online Shopping in Jordan. *European Journal of Business and Management*. Vol.5, No.6,
- Featherman, dan Pavlou., 2002, “Predicting EService Adoption: A Perceive Risk Facets Perspective”, *International Journal of Human-Computer Studies*, 59 (04), hal. 1034-1046.

- Ghozali, Imam. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS 21*. Badan Penerbit UNDIP, Semarang.
- Gunawan, Fransiskus. 2013. "Pengaruh Persepsi Merek dan Kepercayaan Konsumen Atas Produk Terhadap Brand Switching Atas Produk Smartphone (BlackBerry) Pada Mahasiswa UNP". *Jurnal Manajemen*. Volume 2 No 01. Padang.
- Hair, J. F. J., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2010). *Multivariate Data Analysis*. Seventh Edition. Prentice Hall.
- Javalgi, R. Dan Ramsey, R., 2001. Strategic Issues of E-Commerce as an Alternative Global Distribution System. *International Market Review*. 18 (4):376-391
- Kotler, Philip dan Keller, 2012. *Marketing Management* Edisi 14, Global Edition. Pearson Prentice Hall.
- Laudon, K.C., dan Laudon, J.P., 2000. *Management Information Systems: Organization and Technology in the Networked Enterprise*. Sixth Edition. Prentice-Hall International, Inc., New Jersey 07458
- Mardhotillah, Izzati Choirini dan Saino. 2013. Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Surabaya. *Jurnal Universitas Negeri Surabaya*.
- Meier, A dan Stormer, H, 2009. *eBusiness and eCommerce : Managing the digital Value Chain*. Springer-Verlag Berlin Hiedelberg.
- Nurseir et.al. 2010, *Keamanan dalam Onlineshop*, Jakrta.
- O'Brien, J. A., & Maraks, G. M (2010). *Introduction To Informative Systems*, Fifteenth Edition. New York: Mc GrawHill/Irwin.
- Park dan Kim. (2006). A structural model of fashion-oriented impulse buying behavior, *Journal of Fashion Marketing and Management*, Vol. 10 No. 4, pp. 433-446.
- Pavlou, P. A., dan Gefen, D., 2002. *Building Effective Online Marketplaces with Institution-based Trust*, Proceedings of Twenty-Third International Conference on Information Systems, pp. 667-675.
- Peter dan Olson. (2013). *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Edisi Kesembilan. Diterjemahkan oleh: Diah Tantri Dwiandani. Penerbit Salemba Empat, Jakarta.

- Rafidah. 2017. Analisis keamanan, kemudahan, dan kepercayaan terhadap keputusan pembelian secara online di LAZADA. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*. Volume 6, nomor 2.
- Raman, Arasu, and Viswanathan A. 2011. Web Services and e-Shopping Decisions: A Study on Malaysian e-Consumer. IJCA Special Issue on “Wireless Information Networks & Business Information System”. WINBIS
- Ranganathan, C., & S. Ganapathy. (2002). Key dimensions of business-toconsumer web sites (dalam Tan et al., 2009). *Information & Management*, 39(6), 457-465.
- Ristania, Novia dan Jerry S. Justianto. 2013. “Analisa Pengaruh Harga, Promosi dan Viral Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Pada “Online Shop” S-Nexian Melalui Facebook”. *Journal Of Business Strategy and Execution*. halaman 131-161.
- Rofiq, A. 2007. Pengaruh Dimensi Kepercayaan (*trust*) Terhadap Partisipasi Pelanggan *e-commerce* (Studi Pada Pelanggan *E-Commerce* Di Indonesia). Tesis, Universitas Brawijaya, Malang.
- Schiffinan, L dan L. Kanuk. 2004. *Consumer Behaviour*. Prentie Hall. New Jersey.
- Sekaran, Umar. 2006. *Research Methods For Business*. Penerbit Salemba Empat. Jakarta.
- Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Afabeta
- Suh, Bomil. 2003. The Impact of Customer Trust and Perception of Security Control on the Acceptance of Electronic Commerce. *International Journal of Electronic Commerce* / Spring 2003, Vol. 7, No. 3, pp. 135–161.
- Suhir, Imam Suyadi, Riyadi. 2014. Pengaruh Persepsi Risiko, Kemudahan Dan Manfaat Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online. *Jurnal Administrasi Bisnis*. Vol. 8 No. 1
- Sukma, Abdurrahman Adi., 2012, Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Social Networking Websites, *Jurnal Ekonomi Manajemen*, Fakultas Ekonomi Universitas Gunadarma

Suresh, A.M., dan Shashikala R. 2011. Identifying Factors of Consumer Perceived Risk towards Online Shopping in India. *IPEDR*. 12. hal.336-341.

Sutabri, Tata. 2012. *Analisis Sistem Informasi*. Yogyakarta: Andi.

Wahyuni, Herry Irawan, dan Endang Sofyan. 2017. Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan Dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Online Di Situs Online Fashion Zalora.Co.Id. *e-Proceeding of Management*. Vol.4, No.2.

Wijaya, Megawati dan Farida Jasfar. 2014. “Pengaruh Rancangan Situs, Harga, Kepercayaan dan Keamanan Terhadap Pembelian Produk Fashion Melalui Online Shopping”. *Jurnal Manajemen dan Pemasaran Jasa*. Volume 7 Nomor 2. halaman 31-62.

(<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2017/08/09/lazada-e-commerce-paling-ramaipengunjung>) (diakses pada tanggal 6 mei 2018)

(<https://kominfo.go.id>) (diakses pada tanggal 6 mei 2018)