

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, Bambang. 2014. Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Keamanan Dan Ketersediaan Fitur Terhadap Minat Ulang Nasabah Bank Dalam Menggunakan *Internet Banking* (Studi Pada Program Layanan *Internet Banking* BRI). Volume 8 Nomor 1 April Tahun 2014. Jurnal Studi Manajemen. Universitas Trunojoyo Madura.
- Anwar, Wijaya. 2016. Pengaruh Kepercayaan Dan Risiko Pada Minat Beli Belanja Online. Volume 14 Nomor 2 Juni Tahun 2016. Jurnal Manajemen Dan Bisnis. Universitas Bakrie, Jakarta.
- Ardyanto, Heru, Dan Riyadi. 2015. Pengaruh Kemudahan Dan Kepercayaan Menggunakan *E-Commerce* Terhadap Keputusan Pembelian Online (Survei Pada Konsumen *www.petersaysdenim.com*). Volume 22 Nomor 1 Mei Tahun 2015. Jurnal Administrasi Bisnis. Universitas Brawijaya, Malang.
- Faradila, Harry. 2016. Analisis Pengaruh Persepsi Kemudahan Pengguna Dan Persepsi Manfaat Terhadap Minat Beli Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Pengunjung Toko Online *Berrybenka.com* Di Kalangan Mahasiswa Universitas Diponegoro). Volume 5 Nomor 3 Tahun 2016. Journal Of Management. Universitas Diponegoro, Semarang.
- J.Paul Peter Dan Jerry C.Olson. 2016. Perilaku Konsumen Dan Strategi Pemasaran. Buku Buku 2. (Edisi 9). Penerbit Salemba Empat, Jakarta
- J.Paul Peter Dan Jerry C.Olson. 2017. Perilaku Konsumen. Buku 1. (Edisi 9). Penerbit Salemba Empat, Jakarta
- Kotler, P & Keller K.L. 2009. Manajemen Pemasaran Jilid 1 & 2 (edisi 13). (alih bahasa Bob Sabran, MM). Penerbit Erlangga, Jakarta

- Karnadjaja, Diah, Dan Robertus. 2017. Pengaruh Persepsi Risiko, Manfaat, Dan Kemudahan Pengguna Terhadap Minat Belanja Online Melalui Kepercayaan Dan Sikap Pada Konsumen Zalora Di Surabaya. Volume 6 Nomor 2 Desember Tahun 2017. Kajian Ilmiah Mahasiswa Manajemen (KAMMA). Universitas Katolik Widya Mandala, Surabaya.
- Mubarak, Brillyanes. 2018. Pengaruh *Fashion Lifestyle* Terhadap Purchase Intention (Studi Pada Konsumen Pakaian Second Hand @Tangan Kedua). Volume 55 No. 3 Februari Tahun 2018. Jurnal Administrasi Bisnis. Universitas Brawijaya, Malang.
- Rahmadi, Deni. 2016. Pengaruh Kepercayaan Dan Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Pembelian *E-Commerce* Pada Tokopedia.Com Di Jakarta Pusat. Volume 3 No. 1 Maret Tahun 2016. Jurnal Ilmiah. Institut Ilmu Sosial Dan Manajemen STIAMI, Jakarta Pusat.
- Saputri. 2016. Pengaruh Perilaku Konsumen Terhadap Pembelian Online Produk *Fashion* Pada Zalora. Volume 15 No.2 Agustus Tahun 2016. Jurnal Sositologi. Universitas Telkom, Bandung.
- Sudjatmika. 2017. Pengaruh Harga, Ulasan Produk, Kemudahan, Dan Keamanan Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Di Tokopedia.Com. Volume 5 No. 1 Tahun 2017. Jurnal Studi Manajemen. Universitas Kristen Petra, Surabaya.
- Suhir, Imam, Dan Riyadi. 2014. Pengaruh Persepsi Risiko, Kemudahan, Dan Manfaat Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online (Survei Terhadap Pengguna Situs *Website www.Kaskus.co.id*). Volume 8 No. 1 Februari Tahun 2014. Jurnal Administrasi Bisnis. Universitas Brawijaya, Malang.
- Sugiyono. 2017. Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D. Penerbit CV alfabeta, Bandung
- Sulistiowati, Heryenzus. 2018. Pengaruh Sikap Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Online (Studi Kasus Pada Online Shop Grostas Import Batam). Volume 6 Nomor 1. Jurnal Ilmiah Manajemen. Universitas Putera Batam.

Wahyuningtyas, Dyah. 2015. Analisis Pengaruh Persepsi Risiko, Kemudahan Dan Manfaat Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online (Studi Kasus Pada Konsumen Barang *Fashion* Di Facebook). Volume 23 Nomor 2 Juli Tahun 2015. Jurnal Kajian Bisnis. STIE Widya Wiwaha, Yogyakarta.

Wardoyo, Intan. 2017. Faktor - Faktor Yang Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Pada Mahasiswa Universitas Gunadarma. Volume 19, No. 1, Juni Tahun 2017. Jurnal Ekonomi Manajemen. Universitas Gunadarma, Depok.

Zulfa, Retno. 2018. Analisis Pengaruh Persepsi Risiko, Kualitas Situs Web, Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen *E-Commerce* Shopee Di Kota Semarang. Volume 7, Nomor 3, 2337-3792. Journal Of Management. Universitas Diponegoro, Semarang.

www.apjii.or.id/survei2016 18 oktober 2018 21.00 PM (BULETIN APJII EDISI 22 - Maret 2018 Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII))

<https://www.google.com/amp/s/m.liputan6.com/amp/2379136/shopee-aplikasi-belanja-online-c2c-meluncur-di-indonesia> 24 desember 2018 22.30 (Shopee aplikasi belanja online c2c meluncur di indonesia)

<https://marketing.co.id/shopee-mall-berikan-pengalaman-belanja-online-premium-di-lebih-dari-500-brand-ternama/> 12 Januari 2019 21.00 (Shopee Mall berikan 500 Brand Ternama)

<https://zetsurya92.wordpress.com/e-commerce/> E-Commerce di Indonesia 20 Januari 20.00

<https://www.merdeka.com> 10 E-Commerce terbanyak di Indonesia 25 Juli 21.30