

DAFTAR PUSTAKA

- Adi Sukma, 2012, *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Melalui Social Networking Websites*. Skripsi, Depok: Universitas Gunadarma.
- Adityo, Benito. 2011. *Analisis Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online di Situs Kaskus*
- Ali Muhammad. 2008. *Psikologi Remaja*. PT Bumi Aksara. Jakarta
- Ali, Hasan . 2013. *Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan*. Yogyakarta. CAPS (Center For Academic Publishing Service)
- Andika Wijaya. 2016 *Aspek Hukum Bisnis Transportasi Jalan Online* Jakarta: Sinar Grafika
- Andhika.Bayu. 2016. *Analisis Website Quality, Trust, dan Loyalty Pelanggan Lazada. (Studi Pada Masyarakat Kota Yogyakarta)*, (skripsi).Yogyakarta.Universitas Negeri Yogyakarta
- Anggraeni, P., & Madiawati, P. N. (2016). *Pengaruh kepercayaan dan kualitas informasi terhadap keputusan pembelian secara online pada situs www. traveloka. com. eProceedings of Management, 3(2)*.
- Arikunto, Suharsimi. 2010. *Prosedur Penelitian Suatu pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Azhar Susanto.2013. *Sistem Informasi Akuntansi*. Bandung: Lingga Jaya.
- Bambang pranoto. 2008. *Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Konsumen Membeli Kendaraan Bermotor*, Jurnal Ilmiah Faktor Extra Vol.1 No. 2 September 2008.
- Baridwan, Zaki. 2000. *Intermediate Accounting*. Edisi Tujuh. Yogyakarta: BPFE.
- Basuki, Ismet; Hariyanto, M. S. *Asesmen Pembelajaran. Bandung, PT Remaja Rosda Karya, 2014*.

- Bavarsad, Belghis., Rahimi, Farajollah., Mennatyan, Mohammad Ali., (2013), “*A Study of the Effects of Website’s Perceived Features on the Intention to Use E-shopping,*” *World Applied Programming, Vol (3), Issue (6), June 2013. 252-263.*
- Bodnar, George H., William S. Hopwood. 2001, terjemahan oleh Amir Abadi, *Sistem Informasi Akuntansi*, Edisi Keenam, Jakarta : Salemba Empat.
- Buttner, B. O. & Goritz, A. S. (2008). *Perceived Trustworthiness of Online Shops. Journal of Consumer Behavior. Germany: John Wiley & Sons Ltd.*
- Chen K. (2005). *Factors Affecting Job Satisfaction Of Public Sector Employees In Taiwan.* Taiwan: Nova Southeastern University
- Chen, Ming-Chin, Shu-Ju Cheng, dan Yuhchang Hwang. 2007. *An Empirical Investigation of the Relationship Between Intellectual Capital and Firm’s Market Value and Financial Performance. Journal of Intellectual Capital Vol. 6 No. 2, hal 159-176.*
- Chiu, Chao-Min, Huang, Hsin-yi, dan Yen, Chia-Hui. 2010. *Antecedents of trust in online auctions. Electronic Commerce Research and Applications 9, 2012, 148-159.*
- Davis,F.D. 1989. ”*Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology*”. *MIS Quarterly.Vol. 13 No. 5: pp319-339.*
- Dias, Arthur. 2012. *Analisis Kepercayaan Konsumen terhadap Situs Jual Beli tokobagus. com: Antecedents dan outcome. Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia, Jakarta,*
- Ghafiki, R., & Setyorini, R. 2017. *Pengaruh Kualitas Website Terhadap Keputusan Pembelian Pada Situs Bukalapak. com. eProceedings of Management, 4(1).*
- Ghozali, Imam. 2011. “*Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*”.Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

- Gregg, D.G. & Walczak, S. 2010. *The relationship between website quality, trust and price premiums at online auctions. Journal Electronic Commerce Research. 10(1), pp. 1-25*
- Gunawan, H., & Ayuningtiyas, K. 2018. *Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Daring Di Aplikasi Bukalapak Pada Mahasiswa Politeknik Negeri Batam. Journal of Applied Business Administration, 2(1), 152-165.*
- Harianto, Agus. 2015 *Pengaruh Kelompok Acuan dan Internet Marketing Terhadap Keputusan Pembelian. Jurnal Ilmu Manajemen (JIM), 2.4.*
- Harlan, Dwimastia, 2014. *Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan dan Risiko Persepsian Terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan E-Banking Pada UMKM di Kota Yogyakarta. Yogyakarta: Universitas Negeri Yogyakarta.*
- Hartono, Jogyanto. 2011. *Metodologi Penelitian Bisnis: Salah Kaprah dan Pengalaman-pengalaman. BPFE. Yogyakarta..*
- Iswara, D. 2016. *Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, Kualitas Informasi, dan Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada Pengguna Media Sosial Instagram di Kota Yogyakarta). Skripsi. Universitas Negeri Yogyakarta.*
- J.Paul Peter & Jerry C. Olson 2000. *Consumer Behavior Perilaku Konsumen 2nd. ed. 4 Jakarta: .Penerbit Erlangga*
- Jerry C. Olson dan Peter J. Paul. 2014. *Perilaku konsumen dan strategi pemasaran. Edisi Sembilan. Buku 2.penerbit salemba empat.jakarta.*
- Jogyanto, H. M. 2011. *Metodologi Penelitian Bisnis Edisi Keempat. BPFE. Yogyakarta,*

- Jogiyanto, H.M. 2007. *Metode Penelitian Bisnis: Salah Kaprah dan Pengalaman–Pengalaman*. Yogyakarta: BPFE.
- Jogiyanto. 2012. *Teori Portofolio dan Analisis Investasi: Edisi Ketujuh*. Yogyakarta. BPFE -Yogyakarta.
- Khotimah, K., & Febriansyah, F. 2018. *Pengaruh kemudahan penggunaan, kepercayaan konsumen dan kreativitas iklan terhadap minat beli konsumen online-shop*. *Jurnal Manajemen Strategi dan Aplikasi Bisnis*, 1(1), 19-26.
- Kotler, Philip and Gary Armstrong. 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi12. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Lau, Geok Then and Lee, Sook Han. 1999. “*Consumers Trust in a Brand and the Link to Brand Loyalty*”. *Journal of Market Focused Management*.
- Latifah,Zulfa. 2018. *Analisis Pengaruh Persepsi Resiko,Kualitas Situs Web dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen E-Commerce Shopee di Kota Semarang*.
- Lim. Et.al. 2001. *Sustainable Marketing Enterprise In Asia*. Prentice Hall. Singapura.
- Lubis, Arfan Ikhsan. 2011. *Akuntansi Keperilakuan*. Edisi 2. Jakarta: Salemba Empat.
- Lau, Geok Then and Lee, Sook. . 1999. “*Consumers Trust in a Brand and the Link to Brand Loyalty*”. *Journal of Market Focused Management*.
- Ma’arif, Syamsul dan Hendri Tanjung. 2003. *Manajemen Operasi*. Jakarta: PT.Grasindo.
- Mathieson, Kieran. 1991, *Predicting user intentions: comparing the technology acceptance model with the theory of planned behavior*. *Information systems research*, 2.3: 173-191.

- Meike, Supranoto. (2008). *Strategi Menciptakan Keunggulan Bersaing Produk melalui Orientasi Pasar, Inovasi dan Orientasi Kewirausahaan dalam Rangka Meningkatkan Kinerja Pemasaran. Mempengaruhinya. Jurnal Teknologi Informatika. Semarang: Program Sarjana Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro*
- Moorman, C., R. Deshpande, & G. Zaltman. (1993). *Factors Affecting Trust in Market Research Relationships. Journal of Marketing, January, Vol. 57, No. 1, pp. 81-101.*
- Munif.M.2019.*Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen Menggunakan Jasa Bank Syariah Mandiri di Kota Bandar Lampung (Skripsi). Lampung: Institut Informatika dan Bisni Darmajaya.*
- Narwanti, Sri. 2011. *Pendidikan karakter. Yogyakarta : Familia Sihombing dan Peter Remy Yossi Pasla. Jakarta: Erlangga.*
- Nurjanah, 2018. *Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, Kualitas Informasi Dan Resiko Kinerja Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online (Pada Pengguna Situs Jual Beli Online Lazada Co. Id Di kota Bandar Lampung). Phd Thesis. IIB DARMAJAYA.*
- Park, Chung-Hoon, and Young-Gul Kim. 2003. "The Effect of Information Satisfaction and Relational Benefit on Consumers Online Site Commitments". *Journal of Electronic Commerce in Organizations, Vol. 4, No. 1*
- Peter, J. Paul & Jerry C. Olson. 1999. *Consumer Behavior, Perilaku konsumen dan Strategi Pemasaran. Jilid kedua, Edisi Keempat. Terjemahan Damos*
- Philip Kotler dan Kevin Lane Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran Edisi 13 Jilid1, Jakarta: Erlangga.*
- Puspita, S. A. (2019). *Pengaruh Dimensi Pengalaman Pasca Pembelian Dalam Belanja Online Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Pengguna Shopee Di Bandar Lampung).*

- Rutoto, Sabar. 2007. *Pengantar Metodologi Penelitian*. FKIP: Universitas Muria Kudus.
- Sadeh *et al.* 2012. *The Effects of Website Quality Dimensions on Customer Satisfaction in E-Retailing System*. *Middle-East Journal of Scientific Research*. 10(3), pp. 366-369.
- Saputri, A. F.B.A. , 2015. *Pengaruh Keamanan, Kemudahan, Dan Risiko Kinerja Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Di Tokopedia. Com (Studi Pada Pengguna Situs Belanja Online Tokopedia. Com)*. Universitas Negeri Yogyakarta
- Schiffman dan Kanuk. 2010. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT. INDEK.
- Schiffman, Leon dan Leslie Lazar Kanuk. 2000. *Perilaku Konsumen*. Edisi ke Tujuh. Jakarta: PT. Indeks.
- Sudarmanto,R. Gunawan.2013.*Statistik Terapan Berbasis Komputer Dengan Program IBM SPSS Statistics 19*.Jakarta:PT Mitra Wacana Media
- Sugiyono, 2009, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, Bandung : Alfabeta.
- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta,
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suhari, Y. 2008. *Keputusan Membeli Secara Online dan Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Teknologi Informatika*.Universitas Stikubank.
- Suresh, A.M., dan Shashikala R., 2011, “*Identifying Factors of Consumer Perceived Risk towards Online Shopping in India*”, *IPEDR*, 12, hal.336-341.

Turban, David K, J. Lee, T. Liang, D. Turban. 2012. *Electronic Commerce 7th Edition*. United States : Pearson.

Vermaat, Shelly Cashman. 2007. *Discovering Computers: Menjelajah Dunia Komputer Fundamental*, Edisi 3, Jakarta: Salemba Infotek

Widjajanto, Nugroho. (2001). Edisi 4. *Sistem Informasi Akuntansi*. Erlangga. Jakarta.

<https://apjii.or.id/upload/statistik/Survey%20APJII%202014%20v3.pdf>.

(diakses tanggal 15 Januari 2018.)

<https://apjii.or.id/survei>, 2019 (diakses tanggal 10 Desember 2019)

<http://mayalailatul58.blogspot.com/2019/01/flowchart-pembelian-di-shopee.html>

(diakses tanggal 16 februari 2019)

<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/09/03/shopee-jadi-e-commerce-paling-top-dari-masa-ke-masa> (diakses tanggal 18 Desember 2019.)

www.visimisi95.blogspot.com (diakses tanggal 15 Januari 2018.)

<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/09/09/berapa-pengguna-internet-di-indonesia> (diakses tanggal 1 April 2020)