

DAFTAR PUSTAKA

- Abdelwahab.Aldukali. Ali. ALrawimi. (2015). *Influence of Online Security, Protection, Website Credibility and Previous After Sales Experience on the Intention to Purchase Online*. Vol.3, No.2, pp.1-10
- Adzkiya, Fina Auliya. (2017). Pengaruh Orientasi Merek, Kepercayaan dalam membeli *online* dan Pengalaman membeli *online* sebelumnya terhadap Niat Pembelian *online*. Surakarta: Institut Agama Islam Negeri Surakarta
- Almanda, M. I. (2015). *Pengaruh Brand Personality Sepatu Nike terhadap Minat Beli (Studi Kasus pada Mahasiswa Fakultas Komunikasi dan Bisnis, Universitas Telkom)*. Skripsi pada Universitas Telkom. Bandung.
- Alwafi, Fachrizi. Magnadi, Rizal. (2016). “Pengaruh Persepsi, Keamanan, Kemudahan Bertransaksi, Kepercayaan Terhadap Toko Dan Pengalaman Berbelanja Terhadap Minat Beli Tokopedia.com.” *Journal of Management* 5: 1–15.
- Anwar, Resa Nurlaela dan Afifah, Aulia. (2018). Pengaruh Kepercayaan dan Keamanan Konsumen terhadap Minat Beli di situs Online (Survey pada pengunjung situs Lazada di Jakarta Timur). Jakarta: Universitas Darma Persada
- Arikunto, S. (2013). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Azwar, S. 2011. *Reliabilitas dan Validitas*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Ghozali, Imam, 2013. *Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program IBM SPSS 21*. Edisi 7, Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.

- Hildaria, Helena. (2017). Pengaruh Kepercayaan Konsumen, Pengalaman Berbelanja, dan Kemudahan Transaksi Terhadap Minat Belanja *online* di Kalangan Mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Sanata Dharma Yogyakarta. Yogyakarta: Universitas Sanata Dharma
- Ikranegara, Dikla Purbayudya. (2017). Pengaruh Orientasi Belanja, Kepercayaan *Online*, Dan Pengalaman Pembelian Terhadap Minat Beli Secara Online (Studi Kasus Pada Toko Online Bukalapak). Yogyakarta: Universitas Negeri Yogyakarta
- Indrawan, R., & Yaniawati, P. (2014). *Metodologi Penelitian*. Bandung: Refika Aditama.
- Keller, K. L. (2012). *Strategic Brand Management (4th edit* Kotler, P., & Gary Armstrong. (2012). *Principles of Marketing 14e*. Global Edition. Pearson.
- Kotler, P., & Kevin L. K. (2012). *Marketing Management 14e*. Horizon Edition. Pearson.
- Kotler, P., & Kevin L. K. (2013). *Manajemen Pemasaran Edisi 13*. Erlangga. ion). England: Pearson Prentice Hall.
- Lule, Benny., & Mitha, Y. (2014). Pengaruh Pengguna Antar Muka dan Keamanan Situs Terhadap Kepuasan, Kepercayaan, dan Loyalitas Pelanggan Pada Situs Belanja Online Indonesia. *Journal of Business and Economics volume 13*.
- Meskanan, Fatemeh., Zuraini Ismail and Bharani Shanmugam. 2013."Online Purchase Intention: Effects of Trust and Security Perception".Australian Journal of Basic and Applied Sciences, 7(6) pp. 307-315.

Mulyana, Yusuf Fitra. (2016). Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Risiko, Dan Keamanan Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Toko Online (Studi Pada Toko Online OLX.Co.Id). Yogyakarta: Universitas Negeri Yogyakarta

Nusarika, Luh Alviolita Kusuma. (2015) Pengaruh Persepsi Harga, Kepercayaan, dan Orientasi Belanja Terhadap Niat Beli Secara *Online*. Bali: Universitas Udayana

Pgsjjakarta.com. (2018, Januari 14) *tentang mobile market shopee Indonesia*. Retrieved from pgsjjakarta web site: www.pgsjjakarta.com

Priansa, Donni Juni (2017). *Perilaku Konsumen dalam Pesaingan Bisnis Kontemporer*. Bandung: C.V Alfabeta.

Renny, Suryo Guritno dan Hotniar Siringoringo (2013). *Perceived Usefulness, Ease of use and Attitude Toward Online Shopping Usefulness Towards Online Airline Ticket Purchase*

Riski Adi Perwira . (2017). Pengaruh Kepercayaan, Harga, Dan Kemudahan Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Toko *Online*. (Studi Pada Toko Online OLX.co.id). Yogyakarta: Universitas PGRI Yogyakarta

Riski Rosdiana dan Iyus Akhmad Haris. (2018). Pengaruh Kepercayaan Konsumen Terhadap Minat Beli Produk Pakaian Secara *Online*. Bali: Universitas Pendidikan Ganesha

Sangadji, Etta Mamang dan Sopiiah (2013). *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: C.V Andi Offset.

Sudaryono (2014). *Perilaku Konsumen dalam Perspektif Pemasaran*. Jakarta: Lentera Ilmu Cendekia.

Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Bandung: Alfabeta.

Suhartanto, D. (2014). *Metode Riset Pemasaran*. Bandung: Alfabeta.

Sujarweni, V., Wiratna. 2015. *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.

Sunyoto, D. (2012). *Konsep Dasar Riset Pemasaran & Perilaku Konsumen* . Yogyakarta: CAPS.

Sunyoto, D. (2014). *Konsep Dasar Riset Pemasaran & Perilaku Konsumen* . Yogyakarta: CAPS.

Syaifudin, Muhammad. (2016). *Analisis Pengaruh Privasi, Keamanan dan Kepercayaan Terhadap Niat untuk bertransaksi secara online di olx.co.id*. Malang: Universitas Brawijaya

Widodo. (2017). *Metode Penelitian Populer & Praktis*. Depok: PT. Raja Grafindo Persada.

Yoon C. Cho. (2015). *Exploring Factor That Affect Usefulness, Ease Of Use, Trust and Purchase Intention in The Online Environment*