

DAFTAR PUSTAKA

- Adityo, Benito dan Khasanah, Imroatul. Analisis Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online di Situs Kaskus. Jurnal. : Universitas Diponegoro, Semarang, 2010.
- Ali, Hasan. 2009. Edisi Baru Marketing. Jakarta: PT Buku Kita.
- Anwar, Rosian dan Wijaya Adidarma (2016). "Pengaruh Kepercayaan dan Risiko pada minat beli Belanja Online". Journal Managemen dan Bisnis Sriwijaya Vol. 14 No.2 Juni 2016, pp 155-168
- Arfianti, S. R. (2014). Pengaruh Citra dan Kepercayaan terhadap Loyalitas Nasabah melalui Kepuasan Nasabah. Semarang: Universitas Negeri Semarang. Management Analysis Journal, 3(2), 1–13
- Chen, N., Hung, Y., 2015, Online Shopping Orientation And Purchase Behavior for HighTouch Products, International Journal of Electronic Commerce Studies, Vol. 6, No. 2, hal 187-202.
- Denni A., Heru S., Riyadi., "Pengaruh Kemudahan dan Kepercayaan Menggunakan E-Commerce Terhadap Keputusan Pembelian Online" (Survei Pada Konsumen www.petersaysdenim.com), Fakultas Ilmu Administrasi, Universitas Brawijaya Malang (2015).
- Ghozali, I. (2013). Aplikasi Analisis Multivariate dengan program IBM SPSS 21. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Goyal R. 2014. A Study on purchase Intentions of Customers towards Selected Luxury Fashion Products with Special Reference to Pune Region [Skripsi]. Mumbai (IN). D.Y. Patil University
- Hardiawan, Anandya Cahya. 2013. Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, dan Kualitas Informasi terhadap Keputusan Pembelian Secara Online pada Pengguna Situs Jual Beli Online tokobagus.com. Skripsi UNDIP.Semarang, 2013.
- Hasan, Ali. 2014. Marketing dan Kasus-kasus pilihan, Cetakan Kedua. Yogyakarta. CAPS (Center for Academic Publishing Service).
- Irawan, Faried Wijaya & M.N. Sudjoni, Pemasaran Prinsip Dan Kasus, BPFE,

Yogyakarta, hal. 10.

Irmadhani. Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan Presepsi Kemudahan Penggunaan Dan Computer Self Efficacy Terhadap Penggunaan Online Banking Pada Mahasiswa Fakultas Negeri. Artikel Kajian Pendidikan Akuntansi Indonesia , vol 1-No.3, 2012.

Iswara, Danu. Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, Kualitas Informasi dan Persepsi Resiko terhadap Keputusan Pembelian Studi Kasus Pada Pengguna Media Sosial Instagram Di Kota Yogyakarta. Yogyakarta , 2016.

Kosasi, Sandy., 2015, Pembuatan Bisnis Toko Online Sebagai Peluang Usaha Menumbuhkan Pasar Global, Prosiding Seminar Ilmiah Nasional Teknologi Komputer (SENATKOM), Vol 1, 23 Oktober, hal 680-686.

Kusumah, Ryan. 2015. *Analyze The Effect Of Trust, Price, Quality And Perceived Risk Tow Ard Consumer Purchase Behavior In Online Shops Instagram.* Jurnal Berkah ilmiah Efisiensi Volume 15 No.05 Halaman 1-12

M. Mursid. 2014. Manajemen Pemasaran, Jakarta : Bumi Aksara

Miliza Ghazali, Buat Duit Dengan Facebook dan Instagram : Panduan Menjana Pendapatan dengan Facebook dan Instagram, (Malaysia: Publishing House, 2016), Hal. 8.

Nulufi, K., & Murwatiningsih. (2015). Minat Beli sebagai Mediasi Pengaruh Brand Image dan Sikap Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Batik di Pekalongan. Semarang: Universitas Negeri Semarang. Management Analysis Journal, 4(2), 129–141

Sangadji Mamang Etta & Sopiah, 2013, Perilaku Konsumen, Penerbit Andi. Yogyakarta.

Setiadi, N.J. (2013) Perilaku Konsumen. Jakarta: PT Kharisma Putra Utama.

Sugiyono, (2014). Metode Penelitian Bisnis. Bandung: CV Alfabeta.

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

Sugiyono. (2015). Metode Penelitian Kuantitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta.

Sunyoto, Danang, 2014, Dasar-dasar Manajemen Pemasaran, cetakan pertama,

Penerbit: CAPS, Yogyakarta.

Wearesocial(2018).Global Digital Report 2018. Data diperoleh melalui situs <https://digitalreport.wearesocial.com/>. Diunduh pada 3 Maret 2019

William J Stanto, Michael J Etzel and Bruce J Walker, “*Fundamenetal of Marketing*”, Tent Edition, McGraw hill, inc, New York, 2004.

Xiaohui, G., Rong, G., JianYu, W., Chongning, H., 2014, Key Technology of Distributed E-Commerce System Architecture, Telkomnika Indonesian Journal of Electrical Engineering, Vol. 12, No.5, hal 3987-3993.

Yunita, M. (2018) Analisis Pengaruh Persepsi Masyarakat, Citra Perusahaan dan Pendapat terhadap Keputusan Menabung di Bank Syariah, Program Sarjana Ekonomi dan Bisnis Islam Program Sarjana Ekonomi. Semarang: Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Salatiga.