

## DAFTAR PUSTAKA

- Aladwani, A. 2014. *Developing and Validating an Instrument for Measuring User Perceived Web Quality*. Information and Management, 39 (6), 467-476.
- Alma, Buchari, 2009., *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa, Cetakan kedelapan.*, Alfabeta,.Bandung.
- Armstrong, Gary. 2012. *Prinsip-prinsip Pemasaran. Edisi 13*. Jilid 1. Erlangga, Jakarta.
- Assauri, S. 2014. *Manajemen Pemasaran*, Rajawali Pers. Jakarta.
- Assael, H. 2014. *Consumer Behavior: A Strategic Approach*, 6<sup>th</sup> ed. MA Houghton Mifflin Company, Boston.
- Basu, Swastha dan Irawan, 2010, *Manajemen Pemasaran Modern*, Liberty, Yogyakarta.
- Dwi, Putra, 2012. *Manajemen Pemasaran*. UNMUH Ponorogo Press, Ponorogo.
- Fransiska, Vania Sudjatmika. 2017. Pengaruh Kualitas Informasi Dan Persepsi Resiko terhadap Keputusan Pembelian pada Tokopedia. Jurnal Ekonomi dan Bisnis.
- Laksana, Fajar, 2008. *Manajemen Pemasaran*. Graha Ilmu, Yogyakarta.
- Iswara, Danu. 2016. *Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, Kualitas Informasi, Dan Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Pembelian*, Universitas Negeri Yogyakarta, Yogyakarta.
- Handoko, Hani, 2010, *Manajemen Personalia & Sumberdaya Manusia, Edisi kedua*, BPFE UGM, Yogyakarta.
- Hardiawan, Anandya Cahya. 2013. *Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online*, Semarang. Universitas Diponegoro. Semarang.
- Jogiyanto, 2007. *Sistem Informasi Keperilakuan. Edisi Revisi*. Andi Offset, Yogyakarta.
- Kotler, Philip. 2008. *Manajemen Pemasaran Edisi 12 Jilid 2*. Indeks, Jakarta.
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller. 2012. *Marketing Management 13*. Pearson Prentice Hall, Inc. New Jersey.
- Latifah, Zulfa. 2018. *Analisis pengaruh persepsi risiko, kualitas situs web dan Kepercayaan Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Konsumen e-Commerce Shopee di Kota Semarang*. Jurnal Manajemen dan Bisnis.
- Mulyadi, 2012. *Sistem Informasi Manajemen*. Salemba Empat, Jakarta.
- Mulyana, Deddy. 2016. *Metodologi Penelitian Kualitatif : Paradigma Baru Ilmu Komunikasi dan Ilmu Sosial Lainnya*. PT Remaja Rosdakarya, Bandung.

- Park, E.J., Kim, E.Y., Forney, JC. 2016 . *A structural model of fashion-oriented impulse buying behavior*. Journal of Fashion Marketing and Management, Vol. 10 No. 4, pp. 433-446.
- Patty. 2014. *Prilaku Konsumen*. PT Elex Media Komputindo. Jakarta.
- Pranoto, Bambang. 2008. *Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Konsumen Membeli Kendaraan Bermotor*, Jurnal Ilmiah Faktor Extra Vol.1 No. 2 September 2008.
- Priyatno, Duwi. 2014. *SPSS 22 Pengolahan Data Terpraktis*. CV Andi Offset. Yogyakarta.
- Roca, P. V., & Beltran Martin, I. (2009). *An Emperical Assessment of The EFQM Excellence Model: Evaluation as a TQM Framework Relative to The MBNQA Model*. Journal of Operations Management.
- Ryan, Nelson. 2012. *Perceived Usefullnes, Ease of Use, and Usage of Information Technology: A Replication*. MIS Quarterly. Vol 16:227-250.
- Saladin, Djaslim. 2012. *Intisari Pemasaran dan Unsur-unsur Pemasaran*. Linda Karya, Bandung.
- Santoso, Singgih. 2012. *Panduan Lengkap SPSS Versi 20*. PT Elex Media Komputindo. Jakarta.
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Alfabeta, Bandung.
- Sutama Wisnu Dyatmika. 2018. *Pengaruh Kualitas Informasi dan Persepsi Resiko terhadap Keputusan Pembelian pada Tokopedia*. Jurnal Skripsi.
- Swastha, Basu. 2009. *Manajemen Penjualan*. BPFE, Yogyakarta.
- Wardoyo dan Intan Andini. 2017. *Faktor-Faktor Yang Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Pada Mahasiswa Universitas Gunadarma*. Jurnal Manajemen Daya Saing. Volume 19 Nomor 1.