

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, T. and Tantri, F. (2017). *Manajemen Pemasaran*. Depok: PT. RajaGrafindo Persada.
- Anggraeni, P., and Madiawati, P. N. (2016). *Pengaruh Kepercayaan dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Pada Situs www.Traveloka. Com*, Jurnal e-Proceeding of Management, Volume 3, No. 2, hlm. 1880-1887.
- Alma. B (2016). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Ferdinand, A. (2014). *Metode Penelitian Manajemen (5 ed.)*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Feriyanto, A. and Triana, E. S. (2015). *Pengantar Manajemen*. Yogyakarta: PT. Pustaka Baru.
- Ghafiki, R., and Setyorini, R. (2017). *Pengaruh Kualitas Website Terhadap Keputusan Pembelian Pada Situs Bukalapak.com*, Jurnal e-Proceeding of Management, Volume 4, No. 1, hlm. 678-686.
- Ghozali, I. (2014). *Structural Equation Modeling Metode Alternatif dengan Partial Least Square (PLS)*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23*. Semarang : Universitas Diponegoro.
- Hardiawan, Anandya Cahya. 2013. *Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Pada Pengguna Situs Jual Beli Online Tokobagus.com*. Skripsi Tidak Terbitkan. Semarang: UNDIP.
- Hasan, A. (2013). *Marketing dan Kasus-kasus Pilihan (1 ed.)*. Yogyakarta: CAPS (Center for Academic Publishing Service).
- Iprice Insights. (2018). *Peta E-Commerce Indonesia*. Dipetik Februari 23, 2019, dari Iprice Insights: <https://iprice.co.id/insights/mapofecommerce/>.
- Jogiyanto, H.M and Abdillah, W. (2011). *Sistem Tata Kelola Teknologi Informasi*. Yogyakarta: C.V Andi Offset.

- Katadata.co.id. (2018, Maret 27). *Berapa Pembeli Digital Indonesia?* Dipetik 23 Februari, 2019 dari <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2018/03/27/berapa-pembeli-digital-indonesia>.
- Kidane, T. T., and Sharma R. R. K. (2016). *Factors Affecting Consumer's Purchasing Decision Through E-Commerce*, Journal International Conference on Industrial Engineering and Operations Management Kuala Lumpur, Malaysia. hlm. 159-165.
- Kotler, P., and Keller, L. K. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). United States: Pearson Education Limited.
- Laudon, K. C., and Travel, C. G. (2014). *E-commerce* (10 ed.). England: Pearson Education.
- Lui, Yui., Li, H., & Hu, F. (2013). Website Attributes In Urging Online Impulse Purchase: An Empirical Investigation On Consumer Perceptions. *Decision Support System*, 55, 829-837.
- Manap, A. (2016). *Revolusi Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Morrison. (2010). *Periklanan : Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Napitupulu, T. A., and Kartavianus, O. (2014). *A Structural Equations Modeling of Purchasing Decision Through E-Commerce*, Journal of Theoretical and Applied Information Technology, Volume 60, No. 2, hlm. 358-364.
- Noor, J. (2014). *Analisis Data Penelitian Ekonomi dan Manajemen*. Jakarta: PT Grasindo.
- Priansa, D.J (2017). *Perilaku Konsumen: Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*. Bandung: Alfabeta.
- Sangadji, E. M., and Sopiah. (2013). *Perilaku Konsumen Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian*. (N. W. K, Penyut.) Yogyakarta: C.V Andi Offset.
- Sarjono, H., & Julianita, W. (2013). *SPSS VS LISREL*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sarwono, J. and A.H. Prihartono K. (2012). *Perdagangan Online: Cara Bisnis Di Internet*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- Sarwono, J and Narimawati, U. (2015). *Membuat Skripsi, Tesis, dan Disertasi dengan Partial Least Square SEM (PLS-SEM)*. Yogyakarta: C.V Andi Offset.

- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D*. Bandung: Alfabeta.
- Suliyanto. (2018). *Metode Penelitian Bisnis*. Yogyakarta: C.V Andi Offset.
- Sunyoto, D. (2013). *Teori Kuesioner Dan Analisis Data untuk Pemasaran Dan Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Susanto A. (2016). *Sistem Informasi Manajemen*. Bandung: Lingga Jaya.
- Sutabri, T. (2016). *Sistem Informasi Manajemen (2 ed.)*. Yogyakarta: C.V Andi Offset.
- Tjakraatmadja, A. T. N, and Harjanti, D. (2018). *Pengaruh Reputasi dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Pada Produk Kosmetik Di Instagram*, Jurnal Agora, Volume 7, No.1.
- Tjiptono, F., and Diana, A. (2016). *Pemasaran Esensi dan Aplikasi*. Yogyakarta: C.V Andi Offset.
- Visi misi Lazada (2018). Diakses 9 mei 2019, dari <https://visimisi95.blogspot.com/2018/05/visi-misi-lazada.html?m=1> .
- Wardoyo and Andini, I. (2017). *Faktor-faktor yang Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Pada Mahasiswa Universitas Gunadarma*, Jurnal Ekonomi Manajemen Sumber Daya, Volume 19, No. 1, hlm. 12-26.
- Wikipedia. (2018). Lazada Group. Diakses 23 Februari 2019, dari https://id.m.wikipedia.org/wiki/Lazada_Indonesia .
- Yakub. (2012). *Pengantar Sistem Informasi*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Yuliawan, E., Siagian, H. and Willis, L. (2018). *Analisis Pengaruh Faktor Kepercayaan, Kemudahan, dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Online Shop Zalora Indonesia (Studi Pada Mahasiswa Program Studi Manajemen STIE Mikroskil Medan)*, Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan, Volume 12, No. 2, hlm. 34-49.