

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmadi, C. & Hermawan, D. (2013). *E-bussiness dan e-commerce*. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Anwar, R., & Adidarma, w. (2016). 'Pengaruh kepercayaan dan resiko pada minat beli belanja *Online*'. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Sriwijaya*, Vol. 14 No. 2, hlm. 155-167.
- Aribowo, D. P., & Nugroho, M. A. (2013). 'Pengaruh trust dan percieved of risk terhadap niat untuk bertransaksi menggunakan e-commerce'. *Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta*, Vol. 2 No 1, hlm.11-35.
- Desmuflihah,K.A. (2013) 5 Kelebihan online shopping bagi penggila belanja. Diakses 23 Februari 2017, dari: <https://www.merdeka.com/gaya/5-kelebihan-online-shopping-bagi-penggila-belanja.html>.
- Ferdinand, A. (2011). *Metode penelitian manajemen*, Edisi 3, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi analisis multivariete dengan program IBM SPSS 23*, Edisi 8, Semarang: Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2014). *Structural equation modeling metode alternatif dengan partial least square (PLS)*. Semarang, Indonesia: Universitas Diponegoro.
- Hasan, A. (2013). *Marketing dan kasus-kasus pilihan*. Yogyakarta: CAPS (Center for Academic Publishing Service).
- Hartono, J. (2011). *Konsep dan aplikasi structural equation modeling (SEM) berbasis varian dalam penelitian bisnis*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.
- Haekal, A. & Widjajanta, B. (2016) 'Pengaruh kepercayaan dan persepsi resiko terhadap minat membeli secara *oline* pada pengunjung *website classifieds* di indonesia'. *Journal of Business Manajement and Enterpreneurship Education*, Vol 1 No 1, hlm. 181-193.
- Hendrayana, I. W., & Santika, I. W (2015) 'Pengaruh kualitas laman, persepsi kepercayaan, dan persepsi kualitas produk terhadap niat membeli Secara *online* pada situs belanja *online* zalora di denpasar'. *Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana*, Vol 4, No 2, hlm. 320-335.

Isparmo. (2016). *Data Statistik Pengguna Internet Indonesia Tahun 2016*. Diakses 9 Februari 2017, dari: <http://isparmo.web.id/2016/11/21/data-statistik-pengguna-internet-indonesia-2016/>.

Jiyoung, K. & Sharron, J. L. (2013) '*Effects of reputation and website quality on online consumers emotion, perceives risk and purchase intention*'. *Journal Of Research In Interactive Marketing*, Vol 7 no 1, Page 1-23.

Kwek, C. L., Daud, D. b., Tan, H. P., Kay, H. K., & Hassan, P. (2011). '*Percieved risk. percieved technology, online trust for The Online Purchase Intention in Malaysia*'. *International Journal of Business and Management*, Vol 6 no 6, Page 167-182.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Marketing management* (14th ed.). (E. Svendsen, Ed.) Edinburgh: Pearson Education Limited.

Lovelock, C., Wirtz, J., & Mussry, J. (2010). *Pemasaran jasa manusia, teknologi, strategi perspektif indonesia*. Erlangga.

Mahadianto, Y., & Setiawan, A. (2013) *Analisis parametrik dependensi dengan program SPSS*. Jakarta: Rajawali Pers.

Mangkunegara (2012) *Perilaku konsumen*. Bandung: PT Refika Aditama.

Martinayanti, N. M., & Setiawan, P. Y (2016) '*Peran kepercayaan dalam memediasi prsepsi resiko pada niat beli produk fashion via instagram Di kota denpasar*'. *E-Jurnal Manajemen Unud* Vol 5 No. 4, hlm. 2026-2053.

Mulyawan (2015) *Manajemen risiko*. Bandung: Pustaka Setia.

Peter, J. P., & Olson, J. C. (2014). *Perilaku konsumen & strategi pemasaran* Jakarta: Salemba Empat.

Pratama, I. P. (2015). *E-commerce, e-business, dan mobile commerce*. Bandung: Informatika Bandung.

Rahayu,dkk (2012). '*Pengaruh trust terhadap risk perception, attitude toward online shopping dan intention to shop online pada toko busana online di surabaya*'. *JAMBSP*, Vol 8 No. 2, hlm. 236-260.

Top Brand Award. (2016). Top Brand Index 2016 Fase 2 Kategori retail. Diakses pada tanggal 23 Februari 2017, dari; http://www.topbrand-award.com/top-brand-survey/survey-result/top_brand_index_2016_fase_2.

- Sangadji, M. E., & Sopiah. (2013). *Perilaku konsumen* Yogyakarta: ANDI.
- Sarjono, H., & Julianita, W. (2011). *SPSS vs. LISREL: Sebuah pengantar, aplikasi untuk riset*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sudaryono. (2014). *Perilaku konsumen dalam perspektif pemasaran*. Jakarta Pusat: Lentera Ilmu Cendekia.
- Sugiyono. (2014). *Metode penelitian manajemen*. Bandung, Indonesia: ALFABETA.
- Sumarwan, U. (Bogor). *Perilaku konsumen* (2011): Ghalia Indonesia.
- Sumarwan, U., Jauzi, A., Mulyana, A., Karno, B. N., Mawardi, P. K., & Nugroho, W. (2011). *Riset pemasaran dan konsumen*. Bogor: PT Penerbit IPB Press.
- Suryani, T. (2013). *Perilaku konsumen di era internet*. Yogyakarta: GRAHA ILMU.
- Sunyoto, D. (2015). *Manajemen bisnis ritel*. Yogyakarta: CAPS.
- Sunyoto, D. (2013). *Teori, kuesioner & analisis data*. Yogyakarta: GRAHA ILMU.
- Oentoro, D. (2012). *Manajemen pemasaran modern*. Yogyakarta: LaksBang PRESSindo.

