

## DAFTAR PUSTAKA

- Andrade, E. "Identifying discriminating variables of online and offline buyers: A perceived-risk approach," Proceedings of the 6th Americas Conference on Information Systems, 2000, pp. 1386-1392
- Adyanto, B. C., & Santosa, S. B. (2018). Pengaruh Kualitas Layanan, Brand Image, Harga Dan Kepercayaan Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Layanan E-commerce Berrybenka.com). *Diponegoro Journal Of Management*, 1-20.
- Buchari, A. (2009). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa, Cetakan kedelapan*. Bandung: Alfabeta.
- Devaraj, Fan, & Kohli. (2003). E-Loyaltyelusive ideal or competitive edge? *Communication of the ACM* 46,9, 184-191.
- Flavian, Carlos. 2009. Web design; a key factor for the website success", *Journal of Systems and Information Technology*, Vol 11 Iss: 2pp 168-184
- Ghozali, I. (2005). *Aplikasi Analisa Multivariate dengan SPSS*. Semarang: Universitas Dipenogoro.
- Gujarati, D. 2003. *Basics Economics*. New York, Fourth Edition McGraw-Hill
- Hustic, I., & Gregurec, I. (2013). The Influence of price on customer's purchase decision. *Central European Conference on Information and Intelligent Systems*, 27-32.
- Irawan, I. A. (2018). Effect Of Trust, Convinience, Security And Quality Of Service On Online Purchase Decision (Consumer Case Study In Tangerang Selatan Area). *Jurnal Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercu Buana*, 114-122.
- Mal, L. H., & Mertayasa, I. A. (2018). Pengaruh Harga, Promosi Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Tiket Pesawat Secara Online Di Situs Traveloka.Com Pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomika Dan Humaniora Universitas Dhyana Pura Bali. *Jurnal Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Humaniora Universitas Dhyana Pura* , 63-73.

- Nawang Sari, S., & Pramesti, W. N. (2017). Pengaruh Kepercayaan, Kualitas Layanan, dan Keamanan Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Tokopedia.com). *Jurnal Manajemen Bisnis Indonesia*, 385-394.
- Kotler, Philip., & Kevin Lane Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran Jilid 2*, edisi 13. Erlangga, Jakarta
- Kotler, P., dan Keller, K.L. (2012). *Marketing Management (14th edition)*. Edinburg: Pearson Education Limited,5, (184- 188)
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2014). *Principle Of Marketing*, (Ed 15th). New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management, 15th edition*. New Jersey: Pearson Prentice Hall, Inc.
- Edwar, M., Diansari, R. A., & Winawati, N. F. (2018). The Factors That Affecting The Product Purchasing Decision Through Online Shopping By Students Of Surabaya State University. *International Journal Of Educational Research Review*, 54-64.
- Nursani, Arifin, R., & Hufron, M. (2017). Analisis Pengaruh Kepercayaan, Keamanan, Harga, Kualitas Pelayanan, Dan Persepsi Resiko Terhadap Keputusan Pembelian Pada Konsumen E-Commerce Melalui Shopee (Studi Pada Mahasiswa UNISMA). *Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Malang*, 102-115.
- Noor, J. 2015. *Analisis Data Penelitian Ekonomi & Manajemen*. Jakarta; PT.Gramedia.
- Permatasari, C. D. (2015). Pengaruh Kepercayaan, Keamanan, Persepsi Resiko Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online (Studi Pada Pengguna Situs olx.co.id d/h berniaga.com). *Jurnal Universitas Dian Nuswantoro*, 1-21.
- Ramadhayanti, A. (2016). Pengaruh Web Desain Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online. *Knit-2 Nusa Mandiri*, Man 103 - Man 110.
- Rahmawati, S. a., & Widiyanto, I. (2013). Antecedent Keputusan Pembelian Online. *Diponegoro Journal of Management* Volume 2, Nomor 3, Tahun 2013, Halaman 1-11, 1-11
- Rahadi, D.R., (2013), Pengaruh Karakteristik Website Terhadap Kepuasan Pelanggan, *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, Vol. 5, No. 7.
- Siregar, S. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta : Kencana Prenada Media Group

- Sugiono. (2010). *Metode Penelitian Bisnis*. Cetakan ke 15. Jakarta: Alfabeta
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: PT Alfabet.
- Sudjatmika, F. V. (2017). Pengaruh Harga, Ulasan Produk, Kemudahan, dan Keamanan Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online di Tokopedia.com. *AGORA Vol. 5, No.1*, 1-7.
- Tabachnick, B. G., Burnett, J., & Fidell, I., S. (2007). *Using Multivariate Statistic 5th Edition*. Pearson Education Inc.
- Rolland, S.dan Freeman, (2010) ‘ A new measure of e-service quality in France’. *International Journal of Retail & Distribution Management*. Vol. 38 No.7, pp.497-517.
- Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., & Gremler, D. D. 2013. *Services Marketing - Integrating Customer Focus Across the Firm*. Singapore: McGraw-Hill International Edition.

### Website

- <https://www.statista.com/statistics/262966/number-of-internet-users-in-selected-countries/>, (diakses 21 Desember 2018)
- <https://dailysocial.id/post/dengan-biaya-besar-shopee-puncaki-sejumlah-statistik-e-commerce-di-indonesia> , (diakses 22 Desember 2018)
- <https://iprice.co.id/insights/mapofecommerce/en/> , (diakses 23 Desember 2018)
- <https://id.wikipedia.org/wiki/Shopee> , (diakses 20 Januari 2019)
- <http://www.marketing-interactive.com/shopee-found-to-be-the-most-popular-e-commerce-site-for-indonesian-mothers/> (diakses 20 Januari 2019)
- <https://iprice.co.id/insights/mapofecommerce/> (diakses 17 Maret 2019)