

DAFTAR PUSTAKA

- <https://databoks.katadata.co.id/>.
- <https://lokadata.id/>.
- <https://lokadata.id/>.
- <https://shopee.co.id/>.
- <https://Tokopedia.co.id/>.
- Alma, B. (2014). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Amelia, M & Lestari, R. B. (2018). *Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Web Dan Pengalaman Berbelanja Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Situs Bukalapak.Com (Studi Kasus Pada Mahasiswa Di STIE Dan STMIK Multi Data Palembang)* . Diambil kembali dari Jurusan Manajemen STIE Multi Data Palembang: <https://Eprints.Mdp.Ac.Id/2354/1/Jurnal.Pdf>
- Arifin, J. (2017). *SPSS 24 untuk Penelitian dan Skripsi*. Jakarta: PT.Elex Media Komputindo.
- Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia. (2018). *Hasil Survei Penetrasi dan Pengguna Internet Indonesia 2018*. Diambil kembali dari <https://apjii.or.id>
- Ba, S & Pavlou, P. A. (2002). *Evidence of The Effect of Trust Building Technology in Electronic Markets: Price Premiums and Buyer Behavior*. *MIS Quarterly: Research Article*, 26 (3), 243-268.
- Bahri, S., & Zamzam, F. (2014). *Model Penelitian Kuantitatif Berbasis SEM-Amos*. Yogyakarta: Deepublish Publisher.
- Barbara, G., & Fidell Tabachnick, L. (2006). *Using Multivariate Statistics. 5th Edition*. London: Pearson.
- Barnes, S. J. (2003). *Measuring Website Quality Improvements: a case study of the form on strategic management knowledge exchange*. *Industrial management and data system*, 103 (5), 297-30.
- Bavarsad, Belghis., Rahimi, Farajollah., Mannatyan, Mohammad Ali. (2013). *A Study of the Effect of Website's Perceived Features on the intention to Use E-shopping*. Diambil kembali dari World Applied Programming, 3 (6), 252-263: <http://rms.scu.ac.ir/Files/Articles/Journals/Abstract/Intention%20to%20Use%20E%20.pdf201373119504289.pdf>

- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25 (9th ed.)*. Bandung: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hermanto, Wawan;. (2016). *Analisis Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Secara online*. Dipetik April 24, 2020, dari [http://repository.umy.ac.id/bitstream/handle/123456789/5234/LAMP IRAN.pdf?sequence=11&isAllowed=y](http://repository.umy.ac.id/bitstream/handle/123456789/5234/LAMP%20IRAN.pdf?sequence=11&isAllowed=y)
- Intan Devi, L. D. (2019). *Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee*.
- iPrice, 2019. (2019, Oct 22). *10 E-Commerce dengan Pengunjung Terbesar Kuartal III-2019*. Diambil kembali dari databoks: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/10/22/inilah-10-e-commerce-dengan-pengunjung-terbesar>
- Irshadi, F dan Hendayani, R. (2016). *Pengaruh Kualitas Website Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pengunjung Website Mataharimall.com*. Dipetik April 24, 2020, dari e-proceeding of Management, 3 (3), 2822: <http://libraryproceeding.telkomuniversity.ac.id/index.php/management/article/view/3143/2979>
- Kharisma, G. (2019, Oct 17). *Peta Persaingan 50 E-Commerce di Indonesia Versi iPrice 2019*. Diambil kembali dari Techinasia: <https://id.techinasia.com/persaingan-ecommerce-indonesia-q3-2019>
- Kotler, P & Armstrong, G. (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran (12th ed)*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P & Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran (13th ed)*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P & Keller. (2012). *Marketing Management (14th ed)*. Global Edition: Pearson Prantice Hall.
- Kotler, P. & Armstrong, G. (2011). *Marketing an Introduction (10th ed)*. Indonesia: Pearson.
- McKnight, D. H., Choudh, V., &Kacmar, C. (2002). Developing and Validating Trust Measures for e-Commerce. *An Integrative Typology. Information Systems Research*, 3 (3), 334-359.
- McLeod Pearson. (2008). *Siste Informasi Manajemen*. Jakarta: Salemba.

- Muchidin, D. J. (2016). *Analisis Pengaruh Produk, Harga, Promosi, Dan Tempat Terhadap Keputusan Pembelian Produk Indosat Ooredoo*. Dipetik April 24, 2020, dari <http://repository.ums.ac.id/bitstream/handle/123456789/7579/11.%20Naska%20h%20Publikasi.pdf?sequence=1>
- Nisak, C. (2016). Pengaruh Harga, Keragaman Model Produk, Kualitas Informasi dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Online Pada Toko Tas Online Sabilla Store. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 5 (3).
- Pusposari, A. (2017, October 12). *Pengaruh Kualitas Layanan, Kepercayaan dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Online Produk Busana Melalui Media Sosial Instagram Dikalangan Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Surakarta*. Dipetik April 24, 2020, dari Institut Agama Islam Negeri: <http://eprints.iain-surakarta.ac.id/879/1/skripsi%20full11.pdf>
- Sari, D., Khairani, S., & Artina, N. (2015, August 2015). *Pengaruh Kepercayaan Pengalaman dan Service Quality Terhadap Keputusan Pembelian untuk Bertransaksi Secara Online (Studi Kasus Mahasiswa PTS di Kota Palembang)*. Dipetik April 24, 2020, dari STMIK GI MDP: <http://eprints.mdp.ac.id/1576/1/jurnal%20Mutiah%20Dia%20Sari.pdf>
- Sastika, W. (2015). Analisis Pengaruh Kualitas Website (Webqual 4.0) terhadap Keputusan Pembelian Pada Website e-commerce Traveloka (Studi Kasus Pengguna Traveloka di Kota Bandung tahun 2015). *Seminar Nasional Teknologi Informasi dan Komunikasi 2016 (SENTIKA 2016)*, 649-657. Diambil kembali dari Seminar Nasional Teknologi Informasi dan Komunikasi 2016 (SENTIKA 2016).
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research Method for business (7th ed.)*. Chichester: John wiley & Son.
- Shelly, G. B., Cashman, T. J dan Vermaat, M. E. (2007). *Discovering Computers (3rd ed)*. Jakarta: Salemba Infotek.
- Shen, Jia;. (2008). *User Acceptance Of Social Shopping Sites: A Research Proposal*. Dipetik April 24, 2020, dari Pacific Asia Conference on information Systems, PACIS 2008 Proceedings. 94.:

<https://aisel.aisnet.org/cgi/viewcontent.cgi?article=1187&context=pacis2008>

- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian kuantitatif, kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sujana, K. C dan Suprpti, Ni Wayan Sri. (2016). *Peran Kepercayaan Dalam Memediasi Pengaruh Kualitas Situs Terhadap Niat Konsumen Untuk Berbelanja Di Situs Zalora*. Dipetik April 24, 2020, dari E-Jurnal Manajemen Unud, 5 (1), 595-622: <https://ojs.unud.ac.id/index.php/Manajemen/article/view/17702>.
- Swastha dan Irawan. (2010). *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta : Liberty.
- Tjiptono, Fandy. (2014). *Strategi Pemasaran Edisi 4*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Wijaya, M dan Jasfar, F. (2014). *Pengaruh Rancangan Situs, Harga, Kepercayaan dan Keamanan Terhadap Pembelian Produk Fashion Melalui Online Shopping*. Dipetik April 18, 2020, dari Jurnal Manajemen dan Pemasaran Jasa, 7 (2), 31-62: <http://trijurnal.lemlit.trisakti.ac.id/index.php/jasa/article/viewFile/798/708>
- Wong, J. (2010). *Internet Marketing for Beginners*. Jakarta: Elex Media Komputindo.