

DAFTAR PUSTAKA

Buku :

- Alma, Buchari. (2014). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: penerbit Alfabeta.
- Arikunto, S. 2010. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Assauri, Sofjan. 2013. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : Rajawali Pers.
- Bilson, Simamora. 2011. *Memenangkan Pasar dengan Pemasaran Efektif dan Profitabel*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama
- Chaffey, D. (2011). *E-Business and E-Commerce Management: Strategy, Implementation, and Practice (5th)*. Pearson Education
- Durianto, Darmadi. 2013. *Strategi Menaklukan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek (Cetakan ke-10)*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama
- Fadila, Dewi & Ridho, Sari Lestari Zainal. 2013. *Perilaku Konsumen*. Palembang: Penerbit Citrabooks Indonesia.
- Ferrinadewi, Erna. 2008. *Merek dan Psikologi Konsumen*. Cetakan pertama. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Hasibuan, Malayu S.P. 2016. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Edisi Revisi. Jakarta: Penerbit PT Bumi Aksara.
- Kertajaya, Hermawan. 2013. *Brand Operation*. Jakarta: Esensi Erlangga Group.
- Kotler, Philip, Amstrong Gary. 2013. *Prinsip-prinsip Pemasaran, Edisi ke-12*. Penerbit Erlangga.
- Kotler, Phillip, Kevin Lance Keller. 2012. *Marketing Management 14th edition*. Jakarta:PT. Indeks Kelompok Gramedia.
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller, (2016), *Marketing Management, (16thEdition), NewJersey: Prentice Hall Published.*
- Kotler, Philip. & Gary Armstrong. 2014. *Principle Of Marketing, 15th edition*. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane (2010). *Marketing Management (14th ed. Horizon Edition)*. New Jersey: Pearson Education, Inc
- Kristiadi, Agus Al, ,2018. *Manajemen komunitas online*.Yogyakarta: Penerbit Andi
- Nasrullah, R. (2015). *Media sosial (perspektif komunikasi, budaya, dan sosioteknologi)*Jakarta: Simbiosis Rekatama Media.

- R. Agus, Baktiono. 2016. *Memilih Media Sosial Sebagai Sarana Bisnis Online Melalui Pendekatan Uji Categorical*. E-ISSN : 2407-7305. Vol.2, Nomor 2
- Riduwan dan Kuncoro. 2012. *Cara menggunakan dan Memakai Path Analysis (Analisis Jalur)*, Bandung: Alfabeta
- Robbins. Stephen. P., Coulter. Mary. (2012). *Management*. Eleventh Edition. Jakarta: England.
- Safroni, L. (2012). *Manajemen dan Reformasi Pelayanan Publik*. Yogyakarta : Aditya Media Publishing.
- Santoso, S. (2018). *Mahir Statistik Multivariat dengan SPSS*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Schiffman, Leon. G dan Leslie L. Kanuk. (2010). *Customer Behavior*. New Jersey, Prentice Hall
- Setiadi, Nugroho J. (2010). *Perilaku Konsumen*. Cetakan 4. Edisi Revisi. Jakarta: Kencana.
- Simamora, B. 2011. *Memenangkan Pasar dengan Pemasaran Efektif dan Profitabel*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Kombinasi*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Manajemen* (6th ed.). Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, Fandy, 2004, *Strategi Pemasaran*, Edisi II, Yogyakarta
- Umar, Husein. 2014. *Metode Penelitian untuk Skripsidan Tesis Bisnis*. Jakarta: Rajawali Per
- Veithzal Rivai. 2014. *Manajemen Sumber Daya Manusia untuk Perusahaan*, Edisi ke 6, PT. Raja Grafindo Persada, Depok, 16956.
- Wong, Jony, (2010), *Internet Marketing for Beginners*, Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Zuldafrial. 2012, *Penelitian Kuantitatif*, Yogyakarta: Media Perkasa

Jurnal :

- Adji, J. (2014). Pengaruh Satisfaction dan Trust Terhadap Minat Pembelian di Starbucks The Square Surabaya. *Jurnal Strategi Pemasaran*, 2(1), 1–10.
- Agustian W, Syafari R. 2015. Pendekatan technology acceptance model (TAM) untuk mengidentifikasi pemanfaatan internet usaha kecil dan menengah Sumatera Selatan. *semantik* 2014: 20–25.

- Asshidieqi, Fuad dan Mudiantoro. 2012 . Analisis Pengaruh Harga, Desain Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian (*Studi Kasus Pada Produk Crozz di Distro Ultra Store Semarang*). Diponegoro Journal of Management. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Ayu, A dan Saino. 2014. Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Niat Beli Di Zalora Online Shop. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 2 (3), 926
- Fachrizi, A & Rizal Hari, M. 2016. Pengaruh Persepsi Keamanan, Kemudahan Bertransaksi, Kepercayaan Terhadap Toko dan Pengalaman Berbelanja Terhadap Minat Beli Secara Online Pada Situs Jual Beli Tokopedia.com. *Diponegoro Journal Of Management*. Vol 5 (2).
- Faradila, R. S. N., & Soesanto, H. (2016). Analisis Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Persepsi Manfaat terhadap Minat Beli dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening (Studi pada Pengunjung Toko Online berrybenka.com di Kalangan Mahasiswa Universitas Diponegoro). *Jurnal Studi Manajemen Organisasi*, 13(2), 149.
- Gurviez, P., & Korcia, M. 2003. Proposal for a multidimensional Barand Trust Scale, 32 nd Emac-Conference-Glasgow, marketing Reponsible and Relevant.
- Hakim, Lukmanul. 2008. 'Pengaruh Stuctural Assurance dan Perceived Reputation terhadap Trust Pengguna Internet di Sistem E-Commerce'
- Helena H. 2017. Pengaruh Kepercayaan Konsumen, Pengalaman Berbelanja, dan Kemudahan Transaksi Terhadap Minat Belanja Online Di Kalangan Mahasiswa Program Studi Manajemen [Skripsi]. Yogyakarta : Universitas Sanata Dharma
- Jogiyanto.(2007). Sistem Informasi Keperilakuan. Yogyakarta: Andi.
- Kirwadi. 2016. Pengaruh Perceived Ease of Use Perceived Usefulness Brand Image dan Trust terhadap Purchase Intention Produk Attack Jaz 1 Semerbak Cinta di Kecamatan Kotagede Yogyakarta. *Jurnal Manajemen*, 6(1):49-62.
- Ling, Kwek Choon et al,. 2011. Perceived Risk, Perceived Technology, Online Trust for the Online Purchase Intention inMalaysia. *International Journal of Business and Management*. ISSN 1833-3850. 6 (6). 167-182. Faculty of Management and Information Technology UCSI University.
- Nanehkanan, Yaser A. 2013. An Introduction to Electronic Commerce. *International Journal of Scientific and Technology Research*, Vol. 2, Issue 4. 190-193.
- Napitupulu, D., Abdel Kadar, J., & Kartika Jati, R. (2017). Validity testing of technology acceptance model based on factor analysis approach. *Indonesian Journal of Electrical Engineering and Computer Science*, 5(3), 697–704.

- Ngoc T, Thi Lien H, Thi Phuong L & Thanh Do N (2019) The effect of trust on consumers' online purchase intention: An integration of TAM and TPB. *National Economics University*.
- Nurwibowo, R. W., & Indriani, F. (2017). Analisis Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen Terhadap Produk Fashion Online Melalui Jejaring Sosial Instagram, 6, 1–9.
- Omar, C.M.Z.C; T., Anas. 2014. E-Commerce in Malaysia: Development, Implementation and Challenges. *International Review of Management and Business Research*. 3(1): 291-298
- Putro, Haryo Bismo. dan Haryanto, Budhi. (2015). Factors Affecting Purchase Intention of Online Shopping in Zalora Indonesia. *British Journal of Economics, Management & Trade*
- Ratna M, Hendri D, Afwan H. 2016. Pengaruh Kepercayaan Terhadap Minat Beli Melalui Persepsi Risiko Pada Transaksi Jual Beli Online Melalui Media Sosial. *Jurnal Ekonomi Bisnis*. Th 21 (2), 223
- Rosdiana, R., & Haris, I. A. (2018). Pengaruh Kepercayaan Konsumen Terhadap Minat Beli Produk Pakaian Online. *International Journal of Social Science and Business*, 2(3), 169. <https://doi.org/10.23887/ijssb.v2i3.16240>
- Rr. Fradiani, E.Y & Astrid, P (2018). The Role Of Trust As a Mediation Between The Effect Of Perceived Usefulness And Perceived Ease Of Use To Interest To Buy E-book. *Journal of Applied Management*. Vol 16 (3). <http://dx.doi.org/10.21776/ub.jam.2018.016.03.14>
- Rr. Selli Nisrina F, Dr. Harry S. 2016. Analisis Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Persepsi Manfaat terhadap Minat Beli dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening. *Studi Manajemen dan Organisasi*. vol 5 (3) halaman 9.
- SB. Handayani. 2014. Manajemen Dan Akuntansi Model Pemasaran Di Era New Wave Marketing. *Jurnal Ekonomi* .No. 36 / Th. XXI.
- See Siew S, Khalil Md Nor & Ameen M. 2012. Factors Affecting Malaysian Young Consumers' Online Purchase Intention In Social Media Websites. *Social and Behavioral Sciences*. 326 – 333
- Tu, C. C., Fang, K., & Lin, C. Y. (2012). Perceived ease of use, trust, and satisfaction as determinants of loyalty in e-auction marketplace. *Journal of Computers*, 7(3), 645–652. <https://doi.org/10.4304/jcp.7.3.645-652>
- Wen, Chao., Prybutok, Victor R., and Xu, Chenyan 2011. “An Integrated Model for Customer Online Repurchase Intention”. 2011. *Journal of Computer Information Systems*.

Internet:

Rian Alfianto.2019.171 Juta Penduduk Indonesia Terhubung Internet Paling Banyak di <https://www.jawapos.com/oto-dan/teknologi/16/05/2019/171-juta> di akses pada januari 2019

Kama.2018. Pola Perilaku Belanja Online di <https://nextren.grid.id/read/inilah-tren-e-commerce-2018-di-indonesia-menurut-toko-online>. diakses pada januari 2019

Michael Erlangga.2014.Produk yang sering dibeli pada toko online <https://dailysocial.id/post/idea-e-commerce-indonesia-2016> di akses pada januari 2019

Wikipedia.2016. *Instagram*. <https://en.wikipedia.org/wiki/Instagram>, diakses pada 12 januari 2018

<https://www.Instagram.com/daftar.akunpenipuan>. Penipuan olshop 2018 di akses januari 2019

<https://indonesiago.digital>. Instagram 2016 di akses 8 januari 2019

Justika.com.2019.<https://www.hukumonline.com/klinik/detail/lt4f0db1bf87ed3/pasal-untuk-menjerat-pelaku-penipuandalam-jual-beli-online>, di akses pada januari 2019

