

DAFTAR PUSTAKA

- Alwafi, F., Magdani R.H (2016). “Pengaruh Persepsi Keamanan, Kemudahan Bertransaksi, Kepercayaan terhadap toko dan Pengalaman berbelanja terhadap Minat Beli secara online pada situs jual beli Tokopedia.com”. *Journal of management*. Vol 5, No 2, Tahun 2016, Halaman 1-15
- Azwar, Saifuddin (2014). *Metode Penelitian*. Yogyakarta : Pustaka Pelajar
- Bachdar, S. (2018, Maret 27). <http://marketeers.com/ini-tren-e-commerce-2018-yang-perlu-diketahui-pemasar/>
- Burhanuddin (2017). “Pengaruh Kepercayaan dan Kenyamanan Berbelanja Online terhadap Kepuasan Konsumen dan Niat Pembelian Ulang Zalora Indonesia (Studi Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Yogyakarta)”. *Jurnal Manajemen*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
- Damasta dan Widayanto (2015). “Pengaruh Kemudahan Transaksi dan Shopping Convenience terhadap Customer Satisfaction melalui Keputusan Pembelian dalam Transaksi Belanja Online (Studi pada Mahasiswa FISIP Undip Pengakses Situs Lazada.co.id)”. *Jurnal Administrasi Bisnis*. Universitas Diponegoro
- Ghozali, I (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23*. Cetakan ke-8. Semarang : Universitas Diponegoro
- Hermawan, Herry (2017). “Sikap Konsumen terhadap Belanja Online”. *Jurnal Wacana*. Vol. 16 No. 1, Juni 2017, hlm. 136 – 147
- Hidayah, Rachmahita (2018). “Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan dan Keamanan terhadap Minat Pembelian pada situs E-Marketplace”. *Jurnal Manajemen*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta
- Kama (2018, Januari 19). <http://nextren.grid.id/read/0124363/inilah-tren-e-commerce-2018-di-indonesia-menurut-toko-online-ini?page=all>

- Kharisma, G (2019, Mei 21). <https://id.techinasia.com/dampak-e-commerce-indonesia>
- Kotler, Philip dan Armstrong, Gary (2014). *Prinsip-prinsip Pemasaran jilid 2*. Edisi ke delapan. Jakarta : Erlangga.
- Kotler, P dan K. L. Keller (2012). *Strategic Brand Management (4th edition)*. England : Pearson Prentice Hall.
- _____. (2016). *Marketing Management (15 Global)*. England : Pearson.
- Lestari, I., Widiyastuti (2019). “Pengaruh kepercayaan dan kemudahan terhadap keputusan belanja online (studi pada pengguna tokopedia)”. *Jurnal Ilmu Manajemen*. Vol 7 No 2. Universitas Negeri Surabaya
- Lupioyadi dan Hamdani (2006). *Manajemen Pemasaran Jasa, Edisi Kedua*. Jakarta : Salemba Empat
- Monica, Nina., Tama (2017). “Pengaruh persepsi manfaat, persepsi kemudahan, persepsi Kenyamanan, norma subjektif dan kepercayaan terhadap minat menggunakan electronic commerce”. *JRAK*. Vol.8 No.1 Februari 2017 Hal 27- 41
- Mudassir, Rayful. (2019, Agustus 09). <https://teknologi.bisnis.com/read/20190809/84/1134495/ini-10-e-commerce-yang-paling-banyak-dikunjungi-di-indonesia>
- Nazir, Mohammad (2014). *Metode Penelitian*. Jakarta : Ghalia Indonesia
- Nurdian, Graha. (2019, Maret 15). <http://grahanurdian.com/2019/03/e-commerce-indonesia-di-tahun-2019/>
- Oktaviana, Zahrina (2019, Agustus 28). <http://blog.tribunjualbeli.com/24341/TribunJualbeli.com>
- Peter, J. Paul dan Jerry C. Olson (2014). *Consumer Behaviour and Marketing Strategy*. Jakarta : Erlangga.

- Rahaju, *et al.* (2017). “Analisis terhadap Perilaku Konsumen dalam Berbelanja secara Online di Kotamadya Madiun”. *Jurnal Ekonomi*. Vol. 3 No. 2, September 2017, hlm. 38-51
- Rahayu, Ning. (2019, Februari 19). <https://www.wartaekonomi.co.id/read216302/pertumbuhan-e-commerce-pesat-di-indonesia.html>
- Rekarti dan Hertina (2014). “Beberapa Faktor yang Berpengaruh terhadap Minat Beli Online pada Situs Jual Beli Tokobagus.Com”. *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Sosial* Jilid 2. No. 3, Maret 2014, hlm. 311 – 318
- Rizwan, M., Umair, S.M., Bilal, H.M., Akhtar, M., dan Bhatti, M.S., (2014). “Determinant of Customer Intentions for Online Shopping: A Study from Pakistan”. *Journal of Sociological Research*. Vol. 5, No. 1, pp 248-272.
- Sari, et al (2017). “Pengaruh Harga (Price), Kenyamanan Konsumen (Customer Convenience) dan Kepercayaan (Trust) terhadap Minat Beli di Lazada.co.id”. *Journal Business and Management Review*. Vol. I. No. 2, September 2017 hal 73– 78
- Schiffman, Leon G. Kanuk, Leslie Lazar. (2010). *Perilaku Konsumen. Edisi Ketujuh*. Jakarta : PT. Indeks
- Sekaran, U. (2011). *Metode Penelitian untuk Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.
- Setiadi, Nugroho J. (2013). *Perilaku Konsumen : Perspektif Kontemporer pada Motif, Tujuan dan Keinginan Konsumen*. Jakarta : Kencana
- Sugianto, M. (2015). *36Jam Belajar Komputer SPSS 15*. Jakarta: Elex Media Komputindo
- Sugiyono, (2014). *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D)*. Bandung : Alfabeta.
- Suryani Tatik, (2013). *Perilaku Konsumen di Era Internet implikasinya pada strategi pemasaran*. Yogyakarta : Graha Ilmu.

- Syarizka, Deandra. (2019, Januari 26). <https://teknologi.bisnis.com/read/20190126/266/882696/begini-prediksi-tren-ecommerce-sepanjang-2019>
- Tjiptono, Fandy (2014). *Pemasaran Jasa*. Yogyakarta : Andi Offset
- _____. (2017). *Strategi PemasaranEd- IV*. Yogyakarta : Andi Offset
- Tjiptono, F., Y. Chandra, A. Diana, (2014). *Marketing Scales*. Yogyakarta : Andi Offset
- Wahyuningsih, Ratna (2018, juli 13). <https://www.cermati.com/artikel/5-alasan-kenapa-banyak-orang-beralih-ke-belanja-online>
- Wardoyo, Andini I (2017). “Faktor-faktor yang berpengaruh terhadap minat beli secara *online* pada Mahasiswa Universitas Gunadarma”. *Jurnal Ekonomi Manajemen Sumber Daya*. Vol. 19, No. 1, Juni 2017
- Widiyanto, I., Prasilowati, S.R (2015). “Perilaku pembelian melalui internet”. *Jurnal manajemen dan kewirausahaan*. Vol 17 no. 2, september 2015: 109–112
- Widowati, Hari (2019, April 25). <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/04/25/indonesia-jadi-negara-dengan-pertumbuhan-e-commerce-tercepat-di-dunia>