

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, T. (2013). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Adi Putra, I. A. (2016). Pengaruh Persepsi kemudahan penggunaan, Persepsi Resiko Terhadap Kepercayaan dan Niat Beli E-Ticket . *E-Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana* , 5.9 (2016) : 3007-3030.
- Alwafi, F. (2016). Pengaruh Persepsi Keamanan, Kemudahan Bertransaksi, Kepercayaan terhadap Toko dan Pengalaman Berbelanja Terhadap Minat Beli Secara Online pada situs Tokopedia.com. *DIPONEGORO JOURNAL OF MANAGEMENT*, Volume 5, Nomor 2, Tahun 2016, Halaman 1-15.
- Binalay, A. G. (2016). Pengaruh Sikap, Norma Subjektif dan Motivasi Terhadap Minat Beli Secara Online pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Di Manado. *Jurnal EMBA*, Vol.4 No.1 Maret 2016, Hal. 395-406.
- Chen, Y.-S. &.-H. (2012). Enhance green purchase Intentions The roles of green persepsi nilai, green persepsi risiko, and green trust. . *Management Decision. Emerald Group Publishing Limited*, 50(3): 502-520.
- Darmawan, D. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: PT.Remaja Rosdakarya.
- Dwipayani, N. (2016). Pengaruh Sikap dan Fashion Leadership Terhadap Niat Beli Online Remaja di Kota Denpasar. *E-Jurnal Manajemen Unud*, Vol. 5, No. 6, 2016: 3620-3646.
- Ghozali, I. (2009). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan progam SPSS*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Yogyakarta: Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Yogyakarta: 2016.
- Hasan. (2009). *Analisis Data Penelitian Dengan Statistik*. Jakarta: Bumi Aksara.

Titik Persentase Distribusi t (df = 1 -

Indraswari, N. M. (2016). Pengaruh Kredibilitas Celebrity Endorser dan Kewajaran harga Terhadap Niat beli Konsumen wanita pada online shop produk pakaian. *1Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana (Unud)*.

Kanuk, S. (2009). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT.Indeks.

Kotler, P. (2009). *Manajemen Pemasaran Edisi 13 Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.

Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.

Tugiso, I. (2016). Pengaruh Relationship Marketing,Keamanan, Kepercayaan, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Online Shop dan Loyalitas Konsumen sabagai variabel Intervening. *Journal Of Management*, Volume 2 No.2 Maret.