

## DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, David A. dan McLoughin, Damien. (2012) "*Strategic Market Management : Global Perspective*", Spanyol : Grafos SA, Barcelona.
- Alma, Buchari. (2013). "*Manajemen Pemasaran Dan Pemasaran Jasa*". Bandung: Alfabeta
- Andromeda, Kevin. (2015). "*Analisis Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, Dan Keragaman Produk Pakaian Via Online Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online (Studi kasus pada mahasiswa belanja online pada FEB Universitas Muhammadiyah Surakarta)*". Program Skripsi Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Asra, Abuzar. (2019). "*Pengambilan Sampel Dalam Penelitian Survei*". Edisi 2. Depok : PT. Rajagrafindo Persada
- Assauri, Sofjan. 2013. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Azize Sahin, et. al., (2011). "*The Effects of Brand Experiences, Trust and Satisfaction on Building Brand Loyalty; an Empirical Research on Global Brands*", *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, vol. 24
- Baskara. & Hariyadi, SE.M.Kom. (2013). "*Analisis Pengaruh Kepercayaan, Keamanan, Kualitas Pelayanan Dan Persepsi Akan Resiko Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Situs Jejaring Sosial (Social Networking Websites) (Studi Pada Mahasiswa Di Kota Semarang)*", Universitas Dian Nuswantoro
- Featherman, dan Pavlou. (2011). "*Predicting E-Service Adoption: A Perceive Risk Facets Perspective. International Journal of Human-Computer Studies*".
- Ghozali, I. (2018). "*Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Pogram IBM SPSS*" Edisi Sembilan. Semarang:Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Hong Youl Ha dan Helen Perks, (2015) "*Effects of Consumer Perceptions of Brand Experience on the Web:Brand Familiarity, Satisfaction and Brand trust*", *Journal of Consumer Behaviour*, vol. 4:6

- Kenneth C. Laudon dan Jane P. Laudon, (2016). “*Sistem Informasi Manajemen*”, Edisi 13, Penerbit : Salemba Empat
- Kotler, P., dan Armstrong, G., (2013), “*Prinsip-Prinsip Pemasaran*”, Edisi 12, Jilid 1, Jakarta: Erlangga
- Kotler, P., dan Armstrong, G., (2013) “*Prinsip-Prinsip Pemasaran*”, Edisi 12, Jilid 2, Jakarta: Erlangga
- Kotler, dan Keller. 2012. *Manajemen Pemasaran*, Edisi 13 Jilid 1. Jakarta :Erlangga
- Kotler, Keller. (2012). “*Marketing management*”. 14e, New Jersey: Pearson Prentice Hall, Inc.
- Mardhotillah, Izzati Choirini dan Saino. (2013). “*Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Surabaya*”. Jurnal Universitas Negeri Surabaya.
- Mauludiyahwati. & Rahmawaty M.si. (2017). “*Pengaruh Kepercayaan, Keamanan, Kualitas Pelayanan Dan Persepsi Resiko Menggunakan e-commerce Terhadap Keputusan Pembelian Online (Survei Pada Konsumen www.Lazada.co.id)*”. Jurnal Manajemen Pemasaran. Universitas Negeri Yogyakarta.
- Nuseir, Mohammed T et al. 2010. “*Evidence of Online Shopping: A Consumer Perspective*. International Review of Business Research Papers”, (6)5 90-106
- Nursani. (2019). “*Analisis Pengaruh Kepercayaan, Keamanan, Harga, Kualitas Pelayanan, Dan Persepsi Akan Resiko Terhadap Keputusan Pembelian Pada Konsumen e-commerce Melalui Shopee (Studi Pada Mahasiswa Unisma)*”. e-Jurnal Ilmiah Riset Manajemen Vol. 8 No. 9. Universitas Islam Malang.
- Peter, J.Paul, dan Olson, C. Jerry (2014). “*Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*”. Edisi sembilan, Jakarta : Salemba Empat
- Raje, Archana., dan Vandana, Tandon Khanna. (2012). “*Impact of E-Service Quality on Consumer Purchase Behaviour in an On-line Shopping*. IJKSMS International Journal of Computer Science and Management Studies”

- Raman, Arasu., dan Viswanathan, A. (2011). “*Web Services and e-Shopping Decisions: A Study on Malaysian e-Consumer*. IJCA Special Issue on: Wireless Information Networks & Business Information System.”
- Saputro, Arif Agung. (2020). “*Pengaruh Celebrity Endorsement, Testimoni, Dan Keamanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Online Shop Blibli.Com. (Studi Pada Mahasiswa Feb Unisma Angkatan Tahun 2016)*”, e-Jurnal Riset Manajemen. Universitas Islam Malang
- Riduan, & Kuncoro, E. A. (2012). *Cara Menggunakan dan Memakai Path Analysis (Analisis Jalur)*. CV. Alfabeta.
- Santoso, Slamet., (2013), “ *Statistik Ekonomi Plus Aplikasi SPSS*”, Ponorogo: Umpo Press
- Schiffman, L.G., & Kanuk, L.L. (2011), “*Consumer Behaviour (10th ed)*. New Jersey, Pearson Prentice Hall.”
- Sekaran, U., (2011), *Research Methods For Business (Metode Penelitian Untuk Bisnis)*, Jakarta: Salemba Empat
- Sugiyono, (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta
- Sukma, Abdurrahman Adi., (2012), *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Social Networking Websites*, Jurnal Ekonomi Manajemen, Fakultas Ekonomi Universitas Gunadarma.
- Suresh, A.M., dan Shashikala R. (2011). *Identifying Factors of Consumer Perceived Risk towards Online Shopping in India*. IPEDR. 12
- Sujarweni,V.Wiratna. 2014. *Metode Penelitian Lengkap, Praktis, dan Murah Dipahami*.Yogyakarta:Pustaka Baru Press
- Thomson, (2013). *Analisis Pagaruh Kualitas Pelayanan Konsumen Pada Warung Ucok Durian Iskandar Muda Medan Terhadap Keputusan Pembelian*. Fakultas Ekonomi. Universitas Sumatra Utara.
- Tjiptono, (2011). *Service Management Mewujudkan Layanan Prima*. Edisi 2. Yogyakarta: Andi.
- [www.apjii.or.id](http://www.apjii.or.id). Informasi Pengguna *Internet* di Indonesia diakses tanggal 12 November 2020

<https://id.wikipedia.org/wiki/Tokopedia>. *Profile* Tokopedia diakses tanggal 15 November 2020

<https://iprice.co.id/insights/mapofecommerce/> . Peringkat e-Commerce di Indonesia diakses pada tanggal 18 November 2020

<https://inet.detik.com/business/d-5119985/riset-belanja-online-wanita-lebih-sering-pria-lebih-boros>. Diakses pada tanggal 2 Juni 2021

<https://mediakonsumen.com/2020/04/08/surat-pembaca/pelayanan-penanganan-keluhan-di-tokopedia-dan-ovo-sangat-buruk>. Diakses pada tanggal 21 November 2020

<https://tekno.kompas.com/read/2020/05/03/11580057/data-penggunaTokopediabocor-cek-apakah-akun-anda-terdampak>). Diakses pada tanggal 20 November 2020

<https://tekno.kompas.com/read/2020/03/23/16385387/Tokopediagangguanpembayaran-dan-transaksi-dilaporkan-bermasalah>. Diakses pada tanggal 21 November 2020

<https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20200707172450-92-521925/belanja-online-naik-400-persen-saat-musim-corona>. Diakses pada tanggal 22 Januari 2020

<https://www.cnnindonesia.com/gaya-hidup/20180418215055-282-291845/alasan-generasi-milenial-lebih-konsumtif>. Diakses pada tanggal 2 Juni 2021

