

## Daftar Pustaka

- Apriyanti, Astasari, Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Pembelian *Online* pada Mahasiswa UNY. *Online. Repository jurnal Universitas Negeri Yogyakarta*.
- Bagus, Styo, Nugroho, Pengaruh Persepsi Kepercayaan, Kemudahan, Keamanan, dan Pelayanan Terhadap Keputusan Transaksi Menggunakan Sistem *E-commerce* (Studi Empiris pada Mahasiswa Akutansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis UMS Surakarta)
- Dwi, Putri, Agustina, Pengaruh Keamanan, Kemudahan dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Secara *Online* Melalui Situs Lazada.co.id pada Mahasiswa/i Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu politik USU. *Jurnal Departemen Manajemen*.
- Djarwanto, dan Subagyo. 2010 *Statistika Induktif*. Edisi 5. BPFE Jogja
- Fatimah, Adiningsih, Pengaruh Kepercayaan, Kualitas Informasi, Persepsi Resiko, Keamanan Dan Kemudahan Terhadap Keputusan Pembelian Secara *Online* (Studi Kasus Pada Mahasiswa Program Studi Akuntansi Angkatan 2014 Universitas Muhammadiyah Surakarta)
- Fitriatun, Daiyah, Muhammad, Mansur, M. Hufon, Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Three Second Secara *online* ( studi kasus pada mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis unisma). *E-jurnal riset manajemen*.

Gilang, arsana, Pengaruh Iklan, Persepsi Produk, Persepsi Harga, Kepercayaan Merek Terhadap Keputusan Pembelian Clothing “Penelitian Ouval” Secara *Online* melalui media sosial Instagram sosial.

Imam Ghozali 2016. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS IBM SPSS 23*. Cetakan kedelapan. Badan Penerbit Universitas Diponegoro Semarang.

Kotler, philip, 2007, *Manajemen Pemasaran*, jilid 2, edisi 12, PT Indeks New Jersey.

Megawati, Wijaya, dan Farida, Jasfar Pengaruh Rancangan Situs, Harga, Kepercayaan dan Keamanan Terhadap Pembelian *Fashion* Melalui *Online Shopping*. *Jurnal Manajemen dan Pemasaran Jasa*.

Mochammad, Ridzky, Arwiedya, 2011, Analisis Pengaruh Harga, Jenis Media Promosi, Resiko Kinerja dan Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian Via Internet. *Jurnal Universitas Diponegoro*.

Monica, Theresia, Rikin Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Website, Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pada Tokopedia.

Paul, J. Peter dan Jerry C. Olson. 2000 *Consumer Behavior: perilaku konsumen dan strategi pemasaran*. Terjemahan. Jakarta: Erlangga

Philip Kotler, dan Gary Armstrong. 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jilid 1. Edisi 12. Erlangga

Schiffman, dan Kanuk. 2008 *Perilaku Konsumen*. PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta

Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta

Sulistiyawati, Dian Tri, Nursiam Pengaruh Harga, Kualitas Informasi dan Keamanan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Melalui *E-Commerce* ( Studi Empiris pada Konsumen *E-Commerce* di Kota Surakarta ). *Seminar Nasional & Call For Paper Seminar Bisnis Magister Manajemen*.

Wawan, Hermanto & Indah, Fatmawati, Analisis Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Secara *Online*. *Repository jurnal Universitas Muhammadiyah Yogyakarta*.

Yugi, Styarko, Analisa persepsi harga, promosi, kualitas layanan dan kemudahan penggunaan terhadap keputusan pembelian produk *fashion* secara *online*.

<https://katadata.co.id/berita/2018/09/27/transaksi-tembus-rp-4-triliun-per-bulan-bukalapak-kaji-ipo>