

## DAFTAR PUSTAKA

- Aditya, Ricky & Aditya Wardhana. (2016). "Pengaruh *Perceived Usefulness*, dan *Perceived Ease of Use* terhadap *Behavioral Intention* dengan Pendekatan *Technology Acceptance Model (TAM)* pada Pengguna *Instant Messaging Line* di Indonesia" *Jurnal Siasat Bisnis*. Volume 20. Hlm. 24-32.
- Agustina, Dwi Putri. (2017). "*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*". Medan: Skripsi Universitas Sumatera Utara
- Alomary & Woollard. (2015). "*How Is Technology Accepted by Users? A Review of Technology Acceptance Models and Theories*". *Proceedings of The IRES 17th journal of International Conference, London, United Kingdom*, 21st November 2015, ISBN: 978-93-85832-48-2.
- Anandita & Saputra. (2015). "*Analisis Pengaruh Kepercayaan, Keamanan, Kualitas Pelayanan, Dan Persepsi Akan Risiko Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Situs Jejaring Sosial*". Surakarta: Skripsi Universitas Slamet Riyadi Surakarta
- 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.
- Ardyanto, Denni. (2015). "*Pengaruh Kemudahan Dan Kepercayaan Menggunakan E-Commerce Terhadap Keputusan Pembelian Online (Survei Pada Konsumen [www.Petersaysdenim.Com](http://www.Petersaysdenim.Com))*". Malang: Skripsi Universitas Brawijaya.
- Bilson. (2002). *Panduan Riset Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- B.K. Lewis. (2010). *Experiential Learning and Media Sales*: Volume: 14 issue: 2, page(s): 25- 35
- Chuttur, Mohammad. (2009). *Overview of the Technology Acceptance Model: Origins, Developments and Future Directions*.
- Danang, Sunyoto. (2011). *Metodologi Penelitian Ekonomi*. Cetakan Pertama, CAPS. Yogyakarta

- Djaali. (2008). Skala Likert. Jakarta : Pustaka Utama.
- Durianto, Darmadi. (2011). Strategi Menaklukan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek. Jakarta : Gramedia Pustaka Utama.
- Ghozali, Imam. (2016). Desain Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif, Cetakan ke delapan. Semarang. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali. (2016). Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hartanto, Aat. (2010). Panduan Aplikasi Smartphone. Gramedia Pustaka Utama: Jakarta.
- Hidayah, Rachmahita Resti (2018). “Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, Dan Keamanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Situs *E-Marketplace*”. Jawa Tengah: *Jurnal Universitas Muhammadiyah Surakarta*.
- Huang, Su. (2011). “*Research on Online Shopping Intention of Undergraduate Consumer in China-Based on the Theory of Planned Behavior*”. *Journal of International Business Research*, 4(1), 86-92.
- Jogiyanto, H. M. (2007). Sistem Informasi Keperilakuan. Yogyakarta: Penerbit ANDI.
- J. Supranto, (2009). Statistik Teori dan Aplikasi, Edisi ketujuh Jilid 2: Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Kinnear, Thomas C dan Taylor, James R. (1995). Riset Pemasaran. Alih Bahasa. Yohanna Lamarto; Jilid II. Erlangga. Jakarta.
- Kotler dan Keller. (2012). Marketing Manajemen edisi 14, *Global Edition, Pearson Prentice Hall*.
- Kotler, Philip dan Kevin L. Keller. (2016). *Marketing Management, 15th edition. United States: Pearson Education*.

- Md Johar, M., & Awallud, J. A. (2011). "*The Role Of Technology Acceptance Model in Explaining Effect on E-Commerce Application System*". *International Journal of Managing Information Technology (IJMIT)*, 3(3).
- Raheni, Cahyaning. (2018). "*Pengaruh Media Sosial Terhadap Minat Beli Konsumen Studi Kasus Mahasiswa*". Skripsi. Tidak diterbitkan. Universitas Muhammadiyah Palu. Palu
- Raman, Arasu., & Viswanathan, A. (2011). "*Web Services and e-shopping Decisions: A Study on Malaysian e-consumer*". *IJCA Spesial Issue on: journal Wireless Information Networks & Business Information System*. hal 54-60
- Sekaran, Uma. (2006). *Metodologi Penelitian untuk Bisnis*. Edisi 4. Jakarta: Salemba Empat.
- Sekaran, Uma. (2011). *Research Methods For Business (Metode Penelitian Untuk Bisnis)*. Jakarta: Salemba Empat.
- Swastha, Basu & Irawan. (2005) *Manajemen Pemasaran Modern*, Yogyakarta: Liberty. Simamora,
- Venkatesh & Bala. (2008). "*Technology Acceptance Model 3 and a Research Agenda on Interventions*". *A journal of the decision sciences institute*.