

DAFTAR PUSTAKA

- Ainur Rofiq. 2007. Pengaruh Dimensi Kepercayaan (Trust) Terhadap Partisipasi Pelanggan E-Commerce (Studi Pada Pelanggan E-Commerce Di Indonesia).Tesis. Program Pasca Sarjana Fakultas Ekonomi Universitas Brawijaya. Malang
- Alma, Buchari. Manajemen Pemasaran Dan Pemasaran Jasa. Bandung: Penerbit Alfabet, 2009
- Andi. (2003). Promosi Efektif dengan Web (1st ed.). Yogyakarta: Yogyakarta: Andi; Semarang: Wahana.
- Andryanto, Reza. 2016. "Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Manfaat, Dan Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Beli Di Toko Online (Studi Empiris Yang Dilakukan Pada Olx.Co.Id Di Yogyakarta). Skripsi. Universitas Negeri Yogyakarta, Fakultas Ekonomi, Prodi Manajemen
- APJII (2018). Daftar Pengguna Internet Indonesia.
- Bappenas, R.I. (2018), Potensi Besar Kaum Muda. Koran Harian Kompas.
- Baskara, Isnain Putra dan Guruh Taufan Hariyadi. 2014. Analisis Pengaruh Kepercayaan, Keamanan, Kualitas Pelayanan dan Persepsi Akan Resiko Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Situs Jejaring Sosial (Social networking Websites). Jurusan Manajemen. Fakultas Ekonomi. Semarang: Universitas Dian Nuswantoro.
- Belch, George E, Belch, Michael A. 2009. *Advertising and Promotion : An Integrated Marketing Communication Perspective. 8th Edition*. New York : McGraw-Hill.
- Boyd, Harper W., Orville C. Walker dan JeanClaude Larrenche. 2000, Manajemen Pemasaran : Suatu Pendekatan Strategis dengan Orientasi Global. Jilid 2. Edisi Kedua. Alih Bahasa : Imam Nurmawan. Jakarta : Penerbit Erlangga.
- Dalbouh, H.M. 2013. *A Questionnaire Approach Based On The Technology Acceptance Model For Mobile Tracking On Patient Progress Applications. Journal of Computer Science* 9 (6) pp. 763-770.

Davis, F. D. 1989. *Perceived Usefulness, Perceived Easy of Use, and User Acceptance of Information Technology*. *International Journal Management Machine Studies*. Vol. 13. No. 5. Pp. 319-339.

_____. (1989). *Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology*. *MIS Quarterly*. Vol. 13 No. 5: pp319- 339.

Durianto, D,C dan Liana. 2004. Analisis Efektifitas iklan televise Softener dan Fresh di Jakarta dan sekitarnya dengan menggunakan Customer Decision Model. *Jurnal Ekonomi Perusahaan*. Vol.1 No.2. <http://ejournal-s1.stkip-pgri-sumbar.ac.id/index.php/Ekonomi/article/view/1160/1151>. Diakses tanggal 21 April 2015. Hal.40-54.

Ferdinand, Augusty . 2006. *Metode Penelitian Manajemen : Pedoman Penelitian untuk Penulisan Skripsi, Tesis, dan Disertasi Ilmu Manajemen*. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro

Gefen, David., Karahanna, Elena dan Straub, Detmar W., (2003). Trust And TAM In Online Shopping: An Integrated Model. *March. MIS Quarterly*.

Gitosudarmo, Indriyo. 2000. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Pertama. Yogyakarta : BPFE.

Ghozali, Imam, 2013, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS* 21

_____. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS* 25. Edisi 9. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Hair, Joseph F. et al. (2010). *Multivariate Data Analysis A Global Perspective*. Seventh Edition. Pearson.

Hasan, Ali. *Manajemen Bisnis Syari'ah*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2009.

Ikranegara, Dikla Purbayudya 2017, Pengaruh Orientasi Belanja, Kepercayaan Online, Dan Pengalaman Pembelian Terhadap Minat Beli Secara Online (Studi Kasus Pada Toko Online Bukalapak). Skripsi. Universitas Negeri Yogyakarta, Fakultas Ekonomi, Prodi Manajemen

- Imam, Ghozali. 2011. Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 19. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Jogiyanto.(2007). Sistem Informasi Keperilakuan. Yogyakarta: Andi.
- Kim, J.H., M. Kim dan J. Kandampully. 2007. “*The Impact of Buying Environment Characteristics of Retail Web Sites*”. *Service Industries Journal*, Vol. 27 No. 7, p. 865-80.
- Kim, D., J., Ferrin, D., L., dan Rao, H., R. (2007). *A Trust-Based Consumer Decision Making Model in Electronic Commerce: The Role of Trust, Perceived Risk, and Their Antecedents. Decision Support Systems*. Volume 44(2).
- Kim Y., & Hyung S.L. 2014. *Quality, Perceived Usefulness, User Satisfaction, and Intention to Use: An Empirical Study of Ubiquitous Personal Robot Service*. *Asian Social Science*. Vol.10. No. 11. pp.1-16
- Kinncar, Thomas C dan Taylor, James R. 1995. Riset Pemasaran. Alih Bahasa. Yohanna Lamarto; Jilid II. Erlangga. Jakarta.
- Kinncar, Thomas L dan James R Taylor. 1995. Riset Pemasaran. Edisi Tiga. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2008, Prinsipprinsip Pemasaran. Jilid 1 Edisi 12. Alih Bahasa : Bob Sabran. Jakarta : Penerbit Erlangga
- Laudon, 1998, Analisis Sistem , Jakarta: Salemba Empat Lucas Henry C.Jr , Analisis , Desain Implementasi Sistem
- Lee, N., & Kotler, P. (2016). *Social Marketing: Changing Behaviors for Good*. (S. Publications, Ed., 5th ed.). United States of America.
- Mayer, R.C., Davis, J. H., dan Schoorman, F. D., 1995. *An Integratif Model of Organizational Trust. Academy of Management Review*, Vol. 30 No.3: 709-734.

- Monsuwe, T.P.Y., Dellaert, B.G.C. and Ruyter, K.D (2004) “*What derives consumers to shop online? A literature review*”, International journal of Service Industry Management, Vol. 15, No.1, pp. 102-21.
- Moreno, F.M., Lafuence, J.G., Carreon, F.A., Madrigal, S. (2015), *The characterization of the millennials and their buying behavior*. International Journal of Economic Commerce and Management, 9, 135-144.
- Nurmalia, VD & Wijayanti, LE. 2018. Pengaruh Persepsi Kemudahan Dan Persepsi Kemanfaatan Terhadap Minat Beli Secara Online. Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis:
- Prihastama, Brian. 2016. Pengaruh Price Discount Dan Bonus Pack Terhadap Impulse Buying Pada Pelanggan Minimarket (Studi Pada Pelanggan Minimarket Indomaret Jl. Demangan Baru, Depok, Sleman, Yogyakarta). Fakultas Ekonomi. Universitas Negeri Yogyakarta.
- Sarwono, J & Salim, H. N. 2017. *Prosedur-Prosedur Popular Statistic Untuk Analisis Data Riset Skripsi*. Yogyakarta: Gava Media.
- Sekaran, Uma 2006. Metodologi Penelitian Untuk Bisnis. Jakarta: Salemba Empat.
- Sugiyono. (2008). Metode Penelitian Bisnis. Bandung: CV. Alfabeta.
- _____. (2009). Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- _____. 2011. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R & D. Bandung: Alfabeta
- . 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitaitaif dan Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- _____. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Cetakan Ke 25. Bandung: Alfabeta.
- Suharsimi, Arikunto. 2006. *Prosedur Penelitian (Suatu Pendekatan Praktik)*: Jakarta: Rineka Cipta.
- _____. (2006). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: PT Adi Mahasatya

Suryani, T. (2013). *Perilaku Konsumen di Era Internet*. Edisi Pertama. Yogyakarta: Graha Ilmu

Swastha, Basu dan Irawan. 2001, *Manajemen Pemasaran Modern*. Liberty, Yogyakarta

Tika Dian Alfatri (2014). *Pengaruh Harga, Promosi, Kualitas Produk, dan Kepercayaan (Trust) Terhadap Minat Beli K-Pop (Korean Pop) Album dengan Sistem Pre Order secara Online (Studi Pada Online Shop Kordo Day Shop (CORP) Semarang)*.

Wong, Jony, *Internet Marketer for Beginner*. PT. Elex Media Komputindo, Jakarta, 2010. pp. 33

www.databoks.katadata.co.id, Pengguna E-commerce di Indonesia

www.internetworldstat.com, Data Pengguna Internet Indonesia