

DAFTAR PUSTAKA

- Al-Masri, M. M., & Gharaibeh, M. (2010). Evidence of online shopping: a consumer perspective. *International Review of Business Research Papers*, 6(5), 90-106.
- Andi dan Wahana Komputer, Panduan Praktis Pemrograman Visual Basic 6.0 Tingkat Lanjut, Wahana Komputer, Semarang, 2002.
- Bajaj, Kamlesh K dan Debjani Nag. 2000. E-commerce The Cutting Edge Of Business. Singapore: Mc Graw-Hill Book Co.
- Benson, P. (2007). Autonomy in language teaching and learning. *Language teaching*, 40(1), 21-40.
- Elissa, Ingge dan Mujiyana, 2013, "Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Via Internet pada Toko Online", *Jurnal Ekonomi Manajemen*, Universitas Diponegoro, Semarang.
- Ferrinadewi, Erna. 2008. Merek dan Psikologi Konsumen. Jakarta: Graha Ilmu.
- Gefen, D., Rao, V.S. & Tractinsky, N (2003) "The Conceptualization of Trust, Risk and Their Relationship in Electronic Commerce: The Need For Clarification", Proceedings of the 26th Hawaii International Conference on System Sciences.
- Haryani, E., & Pranoto, T. (2006). Analisa Kepuasan Mahasiswa terhadap Sistem Informasi Akademik Satya Wacana (SIASAT). *Journal of AITI-FTI SWCU*, 3, 75-84.
- Herwinarni, H. (2008). Pengaruh harga pelayanan dan promosi terhadap keputusan pembelian sepeda motor merk beijing di wilayah Kota Tegal. *Jurnal Sosekhum*, 4(5).

- Hidayat, Taufik. 2008. Toko Online Dengan OS Commerce. Jakarta: Mediakita.
- Kalakota dan Whinston, 1997, “Aplikasi IT untuk UKM Menghadapi Persaingan Global” (Penerjemah M. Suyanto), Artikel, Kedaulatan Rakyat, Yogyakarta.
- Kotler, P dan Kevin Lane Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Ketiga Belas Jilid1.Jakarta: Erlangga.
- Kusumah Zia, Ridwan. (2011). Analisis Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Restoran Waroeng Taman Singosari Di Semarang. Skripsi Program Strata Satu Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro.
- Laudon K. C., dan J. P. Laudon, 1998, *Management Information System: Organization and Technology*. (Penerjemah Pipin Widyaningsih, Mustafid dan Adian Fatchur Rochim) 5th edition. Upper Saddle River, NJ:Prentice-Hall Inc.
- Natalia, L. (2010). Analisis faktor persepsi yang memengaruhi minat konsumen untuk berbelanja pada Giant hypermarket Bekasi.
- Lupiyoadi, Rambat. 2001. *Manajemen Pemasaran Jasa; Teori dan Praktik* (Edisi Pertama). Penerbit Salemba Empat. Jakarta. 93
- McKnight, D. Harrison, Vivek Choudhury, and Charles Kacmar. 2002. Developing and Validating Trust Measure for E-Commerce: An Integrative Typology. *Information System Research*. Vol. 13, p334-359.

- Parasuraman, A., V. A. Zeithaml, dan L.L. Berry, 1998, SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality, *Journal of Retailing*, Vol. 64, No.1.
- Pavlou, P. A., dan Gefen, D., 2002. Building Effective Online Marketplaces with Institution-based Trust, *Proceedings of Twenty-Third International Conference on Information Systems*, pp. 667-675.
- Peter, J. Paul dan Olson, Jerry C. (2000). *Perilaku konsumen dan strategi pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Rofiq, Ainur. (2007). *Pengaruh Dimensi Kepercayaan (Trust) Terhadap Partisipasi Pelanggan E-Commerce (Studi pada Pelanggan E-Commerce di Indonesia)*. Malang: Universitas Brawijaya.
- Suhari, Yohanes. (2008). *Keputusan Membeli Secara Online dan Faktor-Faktor Yang Mempengaruhinya*. Semarang: Universitas Stikubank Semarang.
- Suhir, dkk. 2014. *Pengaruh Persepsi Resiko, Kemudahan Dan Manfaat Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online (Survei terhadap Pengguna Situs Website www.kaskus.co.id)*. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)* Vol. 8 No. 1. 94
- Sunarto, Andi. (2009). *Seluk Beluk E-Commerce*. Yogyakarta: Garailmu.
- Suyanto, A. H. (2009). *Step by Step Web Design: Theory and Practices*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Susanti, V., dan Hadi, C., 2013, “Kepercayaan Konsumen dalam Melakukan Pembelian Gadget secara Online”, *Jurnal Psikologi Industri Dan Organisasi*, Vol. 02. No. 01, April 2013.

Ruyter, N. L. C. (1999). *The cultivation of body and mind in nineteenth-century American Delsartism* (Vol. 56). Grove/Atlantic, Inc..Thomson, 2013. Analisis Pagaruh Kualitas Pelayanan Konsumen Pada Warung Ucok Durian Iskandar Muda Medan Terhadap Keputusan Pembelian. FE USU.

Tjiptono, F. (1997). Prinsip-prinsip total quality service. *Yogyakarta: Penerbit Andi*.

Tjiptono, F., & Chandra, G. 2009. Pemasaran Strategik. ANDI Offset. Yogyakarta.

Tjiptono, Fandy. 2011. Pemasaran Jasa. Penerbit Bayumedia Publishing. Malang.

Verina, dkk. 2014. *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Pada Toko Fashion Di Jejaring Sosial facebook (Survei Pada Konsumen Toko Fashion di Jejaring Sosial Facebook yang berlokasi di Indonesia*. Jurnal Adiministrasi bisnis (JAB) Vol. 10 No1.

Widagdo, H. (2011). Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Dan Promosi Terhadap Keputusan Konsumen Membeli Komputer Pada PT. XYZ Palembang. In *Forum Bisnis Dan Kewirausahaan Jurnal Ilmiah STIE MDP* (Vol. 1, No. 1, pp. 1-10).

Winarno Surakhmad.1994. Dasar dan Teknik Research. Bandung: Tarsito

https://id.wikipedia.org/wiki/BUKALAPAK_Indonesia.

<http://www.alex.com/topsites/countries/ID>.