

## DAFTAR PUSTAKA

- Anggraeni, Penia dan Madiawati, Putu Nina. 2016. *Pengaruh Kepercayaan dan Kualitas Informasi terhadap Keputusan Pembelian Online pada situswww.traveloka.com. E-proceeding of management. Vol.3 No 2, hal 1-8*
- Ardyanto, Denni. Susilo, Heru. Riyadi. 2019. *Pengaruh Kemudahan dan Kepercayaan menggunakan E-commerce terhadap Keputusan Pembelian Online. Jurnal Administrasi Bisnis. Vol 22 No.1, hal 1-8*
- Ayuningtiyas, Kartika. Gunawan Hendra. 2018. *Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan dan Kualitas Informasi terhadap Keputusan Pembelian Daring di Aplikasi Bukalapak pada Mahasiswa Politeknik Negeri Batam. Journal of Applied Business Administration. Vol 2. No 1. hal 152-165*
- Agustina, Melinda. Tholok, Fidellis Wato. Handry.2019. *Keputusan Pembelian Secara Online Pada Situs Jual Beli Tokopedia. Jurnal Eekonomi dan Bisnis. Vol 17. No 3. hal 1-13*
- Ghozali, Imam. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25 edisi 9*. Semarang: Badan Peneliti Universitas Diponegoro
- <https://id.wikipedia.org/wiki/Facebook>
- Irawan, Indra Ade. 2018. *Effect Of Trust, Convinience, Security And Quality Of Service On Online Purchase Decision (Consumer Case Study In Tangerang Selatan Area)*. Jurnal Ekonomi. Vol XXIII. No 01. Hal 114-122
- Jayanti, Ratna Dwi. 2015. *Pengaruh Harga dan Kepercayaan terhadap keputusan pembelian online. EKSIS. Vol X. No 1. hal 13-27*
- Mangkunegara, Anwar Prabu. 2012. *Perilaku Konsumen. Edisi Revisi*. Bandung: PT Refika Aditama
- Mulyadi, Agustinus. Eka, Dian. Naillis, Welly. 2018. *Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian di Toko Online Lazada*
- Muslik, Zainal. Hidayati, Rini. 2017. *The Influence of Satisfaction and Trust on Online Purchase Decision. Jurnal Accounting, Management, and Economics. Vol 19 No 2, hal 22-3*
- Priansa, Donni Juni. 2017. *Perilaku Konsumen*. Bandung: Alfabeta

- Prasetyo, Kurnianto Aji. 2018. *The Influence of Trust, Security and Service Quality toward Purchase Decision at Lazada. Journal of Research in Management. Vol.1 No 2, hal 18-22.*
- Prabowo, Erry Setyo. Wiratno, Eko. 2019. *Analisis Kepercayaan, Kemudahan terhadap Keputusan Pembelian Online. Jurnal Insitusi Politektik Ganesha Medan Juripol. Vol 2. No 1. hal 81-92*
- Riyono. Astono, Ari Dwi. M, Rosiana Novitasari. 2019. *Pengaruh Kepercayaan dan Persepsi Risiko terhadap Keputusan Pembelian Online oleh Mahasiswa. Jurnal Ilmu Manajemen dan Akuntansi Terapan. Vol.10 No 1, hal 61-71.*
- Rafidah, inas. Djawoto. 2017. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen. Vol 6 No 2. Hal 1-17*
- Rahayu, Puspita Dwi. Djawoto. 2017. *Pengaruh Kemudahan, Kepercayaan, dan Kualitas Informasi terhadap Keputusan Pembelian Online di Tokopedia. Jurnal Ilmu dan Riset Pemasaran. Vol 6. No 10*
- Sangadji, Etta Mamamng. Sopiah. 2013. *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: CV Andi Offset
- Sembiring, Beby Karina Fawzee. Anand, Silvia. *The effect of viral marketing and customer trust on online shop purchase decision based on application in faculty of economy and business universitas sumatera utara. March 23<sup>rd</sup> 2019,hal 360-37*
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: Alfabeta
- Sujarweni, Wiratna V. 2015. *Metode Penelitian Bisnis & Ekonomi*. Yogyakarta: Pustaka Baru Pers
- Suliyanto. 2011. *Ekonomi Terapan Teori & Aplikasi dengan SPSS*. Yogyakarta: Andi
- Setyariningsih, Eny. 2019. *Pengaruh Gaya Hidup dan Kepercayaan terhadap Keputusan Pembelian Online (E-Commerce) Lazada di Kota Mojokerto. Bisman. Vol 2. No 2*
- Tugiso, Ilham. Haryono, Andi Tri. Minarsih, Maria M. 2016. *Pengaruh Relationship Marketing, Keamanan, Kepercayaan dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Online dan Loyalitas Konsumen sebagai Variabel Intervening. Journal of management. Vol 2. No 2. hal 1-18*

- Tjakraatmadja, Albertina Tri Netta. Harjanti, Dhyah. 2018. *Pengaruh Reputasi dan Kepercayaan terhadap keputusan pembelian secara online pada produk kosmetik di instagram. AGORA. Vol 7. No 1*
- Wahyuningtyas, Yunita Fitri. 2015. *Analisis Pengaruh Persepsi Risiko Kemudahan dan Manfaat terhadap Keputusan Pembelian secara Online. Jurnal Kajian Bisnis. Vol. 23 No. 2, hal 112-120.*
- Wijaya, Evelyn. Warnadi. 2019. *Factors Affecting Online Purchase Decisions at Shopee: Effect of E-commerce. Procuratio. Vol 7. No 2*
- Yuniarti, Vinna Sri. 2015. *Perilaku Konsumen*. Bandung: CV Pustaka Setia
- Yunita, Nahla Rahma. Sumarsono, Hadi. Farida, Umi. 2019. *Pengaruh Persepsi Risiko, Kepercayaan , dan Keamanan terhadap Keputusan Pembelian Online di Buka Lapak. Jurnal Ekonomi,Manajemen &Akuntansi. Vol.3 No.1, hal 90-104.*
- Yuliawan, Eko. Siagian, Hanny. Willis, Liangdy. 2018. *Analisis Pengaruh Faktor Kepercayaan, Kemudahan, dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Online Shop Zalora. OPTIMAL. Vol 12. No 2*