

DAFTAR PUSTAKA

- Aghdaie, S.F.A. 2011. Evaluation of the Consumers Trust Effect on Viral Marketing Acceptance Based on the Technology Acceptance Model. *International Journal of Marketing Studies*. Vol. 4, No. 6
- Archana dan Vandana. 2012. Ajzen's Theory of Planned Behavior and Social Media Use by College Students", *American Journal of Psychological Research*
- Baskara, Isnain Putra dan Hariyadi Guruh. 2013. Analisis Pengaruh Kepercayaan, Keamanan, Kualitas Pelayanan dan Persepsi akan Resiko terhadap Keputusan Pembelian Melalui Situs Jejaring Sosial (Social Networking Websites) (Studi Pada Mahasiswa di Kota Semarang). FEB Universitas Dian Nuswantoro. Semarang
- Davis, F.D. 1989. Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use and User Acceptance of Information Technology. *MIS Quarterly*, 13(3)
- Dharma, Fitra. 2006, 'Pengaruh Structural Assurance dan Perceived Reputation terhadap Trust Pengguna Internet di Sistem e-commerce'. Makalah Simposium Nasional Akuntansi 9, Padang, 23-26 Agustus. Djarwanto PS dan Pangestu Subagyo. 2011. *Statistik Induktif*. Edisi 4: BPFY Yogyakarta
- Engel, J. F., Blackwell, R. D., dan Miniard, P. W. 1994. *Consumer Behavior*, Eighth Edition, Forth Worth: The Dryden Press
- Featherman, Mauricio dan Paul A Pavlou. (2002). Predicting E-Services Adoption : A Perceived Risks Facets Perspective. *International Journal of Human-Computer Studies*. Vol 59
- Gefen, D. 2003. E-commerce: The Role of Familiarity and Trust. *Omega* 28(5)
- Goenardi, S. B., 2013. Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Niat Beli pada Tiket Online Kereta Api di Surabaya. satriyabinangkit@yahoo.com. Surabaya

- Hahn-Youl. 2002. The Effects of Consumer Risk Perception on Pre-purchase information in Online Auctions: Brand, Word-of-Mouth, and Customized Information. *Journal of Computer-Mediated Communication*
- Hardiawan, Anandya Cahya, 2013. Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online (Studi Pada Pengguna Situs Jual Beli Online Tokobagus.com), Skripsi, Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro Semarang
- Indriantoro dan Supomo. 1999. Metodologi Penelitian Bisnis untuk Akuntansi dan Manajemen. Edisi Pertama. BPFY Yogyakarta. Yogyakarta.
- Katawetawaraks, Chayapa., & Wang, Cheng Lu. 2011. Online Shopper Behavior: Influences Of Online Shopping Decision. *Asian Journal of Business Research*, Vol. 1 No. 2
- Kotler, Philip. 2000. *Manajemen Pemasaran*. PT. Prenhalindo. Jakarta
- Kotler, Philip, dan Kevin Lane Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1. Edisi Ketiga Belas, Terjemahan Bob Sabran, MM. Jakarta: Erlangga
- Kotler, Philip, dan Kevin Lane Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jilid 2. Edisi Ketiga Belas, Terjemahan Bob Sabran, MM. Jakarta: Erlangga
- Kotler & Keller (terj). 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1. Edisi Ketiga Belas. Jakarta: Erlangga
- Kotler, Philip, dan Armstrong, 2001. *Prinsip-Prinsip Manajemen*, Jilid 1. Edisi Kedelapan Alih Bahasa Oleh Damos Sihombing, MBA., Jakarta: Erlangga
- Lamb, Charles. W, Hair, Joseph P, Dan Mc.Daniel, Carl. 2001. *Pemasaran*, Terjemahan, Jilid I. Jakarta: PT. Salemba Empat
- Laudon, Kenneth C., & Jane, P. Laudon. 2012. *Manajemen Information System: Managing the Digital Firm*. New Jersey: Prentice-Hall

- Leeraphong, A., and A. Mardjo. 2013. Trust and Risk in Purchase Intention through Online Social Network: A Focus Group Study of Facebook in Thailand. *Journal of Economics, Business and Management*. Vol. 1 No. 4
- Lupiyoadi, Rambat. 2001. Manajemen Pemasaran Jasa. Jakarta: PT. Salemba Empat
- Mayer, R.C., Davis, J. H., dan Schoorman, F. D., 1995. An Integratif Model of Organizational Trust, *Academy of Management Review*, 30 (3): 709-734.
- Mujiyana, Ingge Elissa. 2014. Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Via Internet Pada Toko Online. FE Universitas Gunadarma. Semarang
- Mujiyana, Ingge Elissa. 2014. Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Via Internet Pada Toko Online. FE Universitas Gunadarma. Semarang
- Oetomo, Budi Sutedjo Dharma. 2001. Perspektif e-Business: Tinjauan Teknis, Manajerial, dan Strategi. Yogyakarta: Penerbit Andi Yogyakarta
- Park, Chung-Hoon, and Young-Gul Kim. 2006. "The Effect of Information Satisfaction and Relational Benefit on Consumers Online Site Commitments". *Journal of Electronic Commerce in Organizations*, Vol. 4, No. 1
- Raman, Arasu, and Viswanathan A. 2011. Web Services and e-Shopping Decisions: A Study on Malaysian e-Consumer. *IJCA Special Issue on "Wireless Information Networks & Business Information System"*. WINBIS
- Schiffman, Leon & Kanuk, Leslie Lazer. 2008. Perilaku Konsumen. Edisi Ketujuh. Jakarta: Indeks
- Situmorang. 2010. Analisis Data Penelitian; Menggunakan Program SPSS, Terbitan Pertama. Medan: USU Press
- Sugiyono. 2010. Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta

- Suhir, dkk. 2014. Pengaruh Persepsi Risiko, Kemudahan dan Manfaat terhadap Keputusan Pembelian Secara Online (Survei Terhadap Pengguna Situs Website www.Kaskus.co.id). *Jurnal Administrasi Bisnis*. Vol. 8. No. 1
- Sukma, Abdurrahman Adi. 2012. Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Melalui *Social Networking Websites*. *Jurnal Ekonomi Manajemen*. Jakarta
- Sumarwan, Ujang. 2003. Perilaku Konsumen. Jakarta: Ghalia Indonesia
- Suresh dan Shashikala. 2011. A Survey of the Effect of Consumers' Perceived Risk on Purchase Intention in E-Shopping. *Business Intelligence Journal*
- Suresh A.M. 2011. *The relationships between 3-D advertisings and risk perceptions on the Web: The mediating role of brand and emotion. Unpublished Working Paper, UMIST, UK*
- Tjiptono, Fandy. 2011. *Manajemen Jasa*. Yogyakarta: Penerbit Andi Yogyakarta
- Verina, Eunike, Edy Yulianto dan Wasis A. Latief. 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 Administrasi Bisnis*. Vol. 10 No. 1
- Widiana, M. E., Supit, H., & Hartini, S. 2012. Penggunaan Teknologi Internet dalam Sistem Penjualan On-line untuk Meningkatkan Kepuasan dan Pembelian Berulang Produk Batik pada Usaha Kecil dan Menengah di Jawa Timur. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*. Vol. 14 No. 1