

Daftar Pustaka

- Ali, H. (2013). *Marketing*. Yogyakarta: Media Utama.
- Assael, & Henry. (1998). *Consumer Behaviour And Marketing Action* (6 ed.). New York: New York University.
- Burhan. (2000). *Metedologi Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Kencana.
- Dewi, R. Y., Yulianeu, Haryono, A. T., & Gagah, E. (2017). Pengaruh Kepercayaan Pelanggan, Kemudahan Dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening. *Journal Of Management*.
- Farida, J. (2009). *Manajemen Jasa Pendidikan Terpadu*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Inas, R. (2017). Analisis Kemanan, Kemudahan, Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online. (S. T. (STIESIA), Penyunt.) *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, 2.
- J, G. B. (2010). *The Secret Of Customer Relationship Management*. Yogyakarta: ANDI.
- Kaplan, L. B., & Jacoby, J. (2013). Components Of Peceive Risk In Product Purchase. *Journal Of Applied Psychology*, 86.

- Kornelius, H., Michael, A., & Hartono, S. (2016). Pengaruh Perceive Risk Terhadap Purchase Intention Dengan Mediasi Perceived Value Dan Customer Attitude Pada Pelanggan Online Shopping.
- Kotler, & Keller. (2009). *Marketing Management*.
- McAllister. (2005). *Reast*.
- McKnight, Choudhury, & Kacmar, C. (2002). *Developing and Validating Trust Measures for E-Commerce* (3 ed.). An Integrative Typology.
- Moorman. (2009). *Marketing Management*.
- Mowen, & Minor. (2002). *Management Consumer Behaviour* (2 ed.).
- Nurahma, H. (2008). *Pedoman Karya Ilmiah Fakultas Ekonomi Universitas negeri Jakarta*. Dipetik 7 11, 2018, dari fe.unj.ac.id: http://fe.unj.ac.id/wp-content/uploads/2015/05/PEDOMAN-PENULISAN-KARYA-ILMIAH_0.pdf
- Nursatyo, B. H. (2003). Analisis Pengaruh Kepercayaan Untuk Mencapai Hubungan Jangka Panjang. *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia*, 2.
- Pride, & Ferrel. (2013). *Manajemen Pemasaran*.
- Rosa, & Tiara, H. (2007). *Manajemen Pemasaran*.
- Schiffman, & Kanuk. (2000). *Perilaku Konsumen* (7 ed.). Indonesia: Macanan Jaya Cemerlang.
- Schiffman, & Kanuk. (2010). *Consumer Behaviour* (10th ed.). New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Sjoberg, L. (2012). *An Evaluation Of The Psychometric Paradigm In Risk Perception Research*. Rotunde Publikasjoner Rotunde No. 84.

Soehartono. (2004). *Metode Penelitian Sosial*. PT. Pustaka LP3ES.

Sudjana. (2004). *Penilaian Hasil Proses Belajar Mengajar*. Bandung: Remaja
Rosdakarya.

Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2017). *Statistika Untuk Penelitian* (28 ed.). Bandung: Alfabeta.

Tatik, S. (2013). *Perilaku Konsumen Di Era Internet*. Yogyakarta: Graha Ilmu.