

DAFTAR PUSTAKA

- Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia. (2017). Laporan Survei APJII 2017 Vol 1.3.
- Assael, Henry. 1992. *Consumer Behavior dan Marketing Action*, 4th ed. Boston.
- Azifah, N dan Dewi C. K. (2016). Pengaruh Shopping Orientation, Online Trust Dan Prior Online Purchase Experience Terhadap Online Purchase Intention (Studi Pada Online Shop Hijabi House). *Jurnal Bina Ekonomi* Vo.20.2.
- Aziz, R. F. A. (2015). Pengaruh Persepsi Risiko Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Secara Online Melalui Blackberry Messenger (Bbm). *Ejournal Psikologi*, 2015, 4(1): 95 – 106
- Badan Pusat Statistik.(2017). *Statistik Indonesia 2017*. Jakarta Timur ; CV. Dharmaputra.
- Barnes, J. G. (2008). *Secrets of Customer Relationship Management*. DANI. Yogyakarta
- Budi, A. (2014). Kepercayaan dan Loyalitas Konsumen. *Jurnal Fokus Ekonomi* Vol 9.1.
- Chairul, M., & Ibrahim, M. (2017). Pengaruh Pemilihan Lokasi Terhadap Minat Konsumen Membeli Perumahan Arengka Resident Pekanbaru. *Journal of Mngement FISIP* Vol 4, 1.
- Effendy, A. Y. (2013). Pengaruh Customer Value Proposition Terhadap Minat Beli Konsumen. *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra* Vol. 1, 3.
- Eriza, Z. N. (2017). Peran Mediasi Citra Merek dan Persepsi Risiko Pada Hubungan Antara *Electronic Word Of Mouth* (e-wom) dan Minat Beli. *Komuniti* Vol IX. 1
- Gunawan, M. Sompie E. A & Andreani F. (2017). Analisa Pengaruh Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Pembelian Di Airbnb. <https://media.neliti.com/media/publications/84782-ID-analisa-pengaruh-persepsi-risiko-terhada.pdf> diakses tanggal 21 Juni 2018

- Hendrayati, H. (2012). Persepsi Country of Origin dan Dampaknya terhadap Minat Beli Mobile Game Lokal Pada Apple App Store. *Jurnal Riset Manajemen UPI Vol.1.1*.
- Hermawan, A. (2017). Pengaruh Word Of Mouth Terhadap Minat Berkunjung Pemustaka Pada Perpustakaan Daerah Salatiga. *E-Journal Undip Lentera Pustaka Vol.3 .1*.
- Hidayat, A. T. (2012). Hubungan Antara Atribut Produk dengan Minat Beli Konsumen. *Ejournal Mahasiswa Universitas Padjajaran Vol.1*.
- Insani, E. P. (2013). Analisis Pengaruh Kenyamanan Terhadap Minat Beli Secara Online Pada Pemesanan Tiket Kereta Api Melalui Website Resmi PT. KAI. *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia Volume Xii, No. 3*.
- Ishak, A. & L. Zhafitri. (2011). Pengaruh Kepuasan dan Kepercayaan Konsumen terhadap Loyalitas : Studi Tentang Peran Mediasi Switching Costs. *Jurnal siasat bisnis 15(1) : 55- 66*.
- Jali Mohd Z, Azizan & Mohmed, (2013) . The Impact of trust dan past experience on intention to purchase in e-commerce. *International Jurnal Of Engineering Research Development Vol.7.10*.
- Jasfar, F. 2009. Manajemen Jasa Pendekatan Terpadu. Ghalia Indonesia. Jakarta.
- Kamarudin, Mujiyanti, S. A. (2016). Pengaruh Dimensi Ekuitas Merek Terhadap Minat Beli Konsumen Traveloka (Studi Kasus Pada Akun Twitter Traveloka). *Jurnal Ekonomi dan Bisnis GROWTH, Vol. 14, No. 1, Mei 2016 : 91 – 105*.
- Karami K. A. & Wismiarsi. T. (2016). Pengaruh Risiko Pada Keputusan Belanja On-Line. *Prosiding Seminar Nasional INDOCOMPAC Universitas Bakrie*.
- Khan, Fatima, Zafar & Arshad. (2015). The Impact of Perceived Risk on Online Buying Behavior. *International Journal of Ner Technology dan Resarch Vol.1.8*
- Khairunnisak, R. , Firman. (2015). Pengaruh Dimensi Perluasan Merek Terhadap Minat Beli Produk Perluasan Merek Asus (Studi Pada Smartphone Asus Oleh Mahasiswa UNP). *Seminar Nasional Ekonomi Manajemen Dan Akuntansi (Snema) Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang*.
- Kotler, P. (2010). *Manajemen Pemasaran. Edisi Milenium*. Jakarta. PT. Prenhallindo.
- Lembaga Demografi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Indonesia. (2017). *Lembar Fakta Ringkasan Hasil Survei LD FEB UI*. (<http://ldfebui.org/wp>

content/uploads/2018/03/Lembar-Fakta-Ringkasan-Hasil-Survei-LD-FEB-UI.pdf , diakses tanggal 26 juni 2018)

- Ling, K. C., Chai, L. T. & Piew, T. H. (2010). *The Effects of Shopping Orientations , Online Trust dan Prior Online Purchase Experience toward Customers ' Online Purchase Intention. International Business Research, 3(3), 63–76*
- Lita, P. (2009). *Pengaruh Kepercayaan pada Komitmen Loyalitas Pelanggan.* Vol.8 No.2, 71-77.
- Lupiyoadi, R .(2009). *Manajemen Pemasaran Jasa. Edisi Pertama.* Jakarta. Penerbit Salemba Empat.
- Mardjo & Leeraphong. (2013). Trust dan Risk in Purchase Intention Through Online Social Network : A Focus Group Study of Facebook in Thailand. *Journal of Economics, Business dan Management, Vol 1.4.*
- Mulyo, B. & Ukudi.(2007).Pengaruh kualitas produk, kepercayaan dan komitmen terhadap Loyalitas Nasabah.*Jurnal Bisnis dan Ekonomi.*Vol 14.No2 : 215-227.
- Nouvry, R. I. & Rahayu .(2014). Analisis Faktor-Faktor Karakteristik Nama Merek Yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen.*Jurnal Ilmu & Riset Manajemen Vol. 3 No. 4 (2014).*
- Nugroho, J.S. (2008). *Perilaku Konsumen Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran.* Jakarta: Kencana: Erlangga
- Nugroho.(2013). *Perilaku Konsumen Edisi Revisi.* Jakarta. PT. Kharisma Putra Utama.
- Payne, A. (2009). *The Essence of Service Marketing* Pemasaran Jasa. Edisi Pertama. Yogyakarta.: Penerbit Dani
- Peppers, D & Rogers,M. (2007). Customer Relationship Management.*Journal of Management Marketing* 20-42.
- Prabowo ,Y.W, Suharyono, & Suharti. (2014). Pengaruh Celebrity Endorser Terhadap Minat Beli (Survei Pada Pengunjung 3second Store Di Jalan Soekarno Hatta Malang).*Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)/Vol. 14 No. 2 September 2014.*
- Pradipta, H.O. (2015). Pengaruh Citra Merek, Periklanan Terhadap Minat Beli Konsumen Thermometer Onemed Di Surabaya.*Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen Volume 4, Nomor 7, Juli 2015.*

- Pratama M. A. Pengaruh Green Perceived Value, Green Perceived Risk, dan Green Trust Terhadap Green Purchase Intention Lampu Philips LED di Surabaya. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Universitas Surabaya Vol 3.1*.
- Priyatno, Duwi. (2010). *Paham Analisa Statistik Data dengan SPSS*. Yogyakarta: Mediakom.
- Ramadhan F. Jatra, I.M. (2018). Pengaruh Impulse Buying Dan Frekuensi Kunjungan Terhadap Niat Pembelian Pada Situs Tokopedia Di Kota Denpasar. *E-Jurnal Manajemen Unud, Vol. 7, No. 2, 2018: 759-784*.
- Salim K. F., Chatrine & Andriani F. (2012). Pengaruh *Customer Experience* Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Konsumen Di Tx Travel Klampis. <https://media.neliti.com/media/publications/81184-ID-pengaruh-customer-experience-dan-keperca.pdf> diakses pada tanggal 21 Juni 2018.
- Saraswati N. & Baridwan, Z. (2014). Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Resiko, Persepsi Manfaat, dan Persepsi Kontrol Perilaku Terhadap Niat Penggunaan Sistem E-Commerce. www.feb.ub.ac.id/jurnal diakses tanggal 21 Juni 2018.
- Shanmugam, Ismail & Meskaran F. (2013). Online Purchase Intention : Effect of Trust and Security Perception. *Australian Journal of Basic dan Applied Sciences Vol 7.6*.
- Solihah, E. *Et Al.* (2012). Pengaruh Pererangkaan Pesan Pada Persepsi Risiko Konsumen Dengan Motivasi Sebagai Variabel Pemoderasi. *Jurnal Siasat Bisnis Vol. 16.1*.
- Sugiarti, G. (2012). Pengaruh Sense Marketing, Think Marketing, Relate Marketing Terhadap Kepuasan Konsumen (Tinjauan Teoritis). *Jurnal Ilmiah Untag Semarang*.
- Sularto Lana. (2004). Pengaruh Privasi, Kepercayaan Dan Pengalaman Terhadap Niat Beli Konsumen Melalui Internet. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis No.3 Jilid 9*.
- Sulistiarini, S. (2013). Pengaruh Minat Individu Terhadap Penggunaan Mobile Banking: Model Kombinasi Technology Acceptance Model (Tam) Dan Theory Of Planned Behavior (Tpb). www.feb.ub.ac.id/jurnal
- Sumarwan, U. (2009). *Perilaku Konsumen : Teori dan Penerapannya Dalam Pemasaran*. Bogor. PT. Ghalia Indonesia.
- Sunarto. (2009). *Manajemen Pemasaran 2*. Aditya Media. Yogyakarta.

The Boston Consulting Group, (2000), *E-Tail of The Tiger : Retail E-commerce in Asia Pasific* (<https://www.bcg.com/documents/file13799.pdf>, diakses tanggal 26 juni 2018)

The Boston Consulting Group.(2013). *Asia's Next Big Opportunity :Indonesia's Rising Middle-Class dan Affluent Consumers.* (www.bcg.com/documents/file128797.pdf , diakses tanggal 2 april 2018)

Tjiptono.(2009). *Pemasaran Jasa.Cetakan kedua. Malang.* Bayumedia Publishing.

Umar, Husein. 2002. *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen.*Jakarta : PT Gramedia.

<http://industri.bisnis.com/read/20171207/105/716080/go-send-tambah-12.000-pedagang-baru-per-b> diakses tanggal 25 juni 2018

<http://www.euromonitor.com/global-consumer-trends-summary-of-2013-survey-results/report> , diakses tanggal 2 April 2018

<https://wearesocial.com/special-reports/digital-in-2017-global-overview>, diakses tanggal 2 april 2018

<https://www.go-jek.com/blog/go-fast-data-di-balik-ramadan/> , diakses tanggal 24 juni 2018

<https://www.go-jek.com/blog/kini-kirim-barang-dengan-go-send-tanpa-batas-jarak/>, diakses tanggal 24 juni 2018

<https://www.idntimes.com/business/economy/putriana-cahya/persaingan-tiga-transportasi-online-terbesar/full> , diakses tanggal 24 juni 2018

<https://ylki.or.id/2017/07/warta-konsumen-transportasi-online-kawan-atau-lawan/> , diakses tanggal 2 April 2018

RIWAYAT HIDUP PENULIS



Khairunnisa Mulya Hidayati, lahir di Dili Timor Leste, 12 April 1993. Penulis merupakan anak kedua dari Yudi Mulya Nugraha dan Fatimah, memiliki satu saudara perempuan yaitu Maulida Mulya Rahmawati.

Saat ini penulis tinggal di Jalan Arabika VIII Blok AB 2 nomor 20 Pondok Kopi Jakarta Timur.

Pendidikan dimulai dari SDN Bogor Baru Bogor Utara, lulus tahun 2005. Kemudian melanjutkan ke SMPN 199 Pondok Kopi Jakarta Timur dan lulus tahun 2008. Lalu penulis melanjutkan pendidikan Sekolah Menengah Atas (SMA) di SMA Negeri 12 Klender Jakarta Timur, lulus tahun 2011. Setelah itu penulis melanjutkan pendidikan kuliah di Universitas Negeri Jakarta, Fakultas Ekonomi Prodi Manajemen dengan konsentrasi marketing angkatan 2011 melalui jalur SNMPTN tulis.

Penulis memiliki pengalaman Praktik Kerja Lapangan di PT. United Tractors dan ditempatkan di kantor pusat dibawah Mining Division bagian departemen administrasi marketing yang mana sesuai dengan konsentrasi penulis yaitu pemasaran.

Pengalaman organisasi kampus yang pernah dilakukan yaitu sebagai staf Bureau Entrepreneur Himpunan Mahasiswa Jurusan (HMJ) Manajemen dan staf Askes BSO Al-Iqtishodi FE UNJ pada tahun 2012-2013, Manager Bureau Entrepreneur Himpunan Mahasiswa Jurusan (HMJ) Manajemen pada tahun

2013-2014, Wakil Kepala Departemen Entrepreneur BEM FE UN pada tahun 2014-2015 dan Kepala Departemen Salim Corporation LDK UNJ pada tahun 2015-2016.