

## DAFTAR PUSTAKA

### BUKU

- Basuki, Agus T dan Prawoto, Nano. 2016. *Analisis Regresi dalam Penelitian Ekonomi & Bisnis*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Boyd, Harper W dan Walker, Orville C. 2008. *Marketing Management: A Strategic Approach*. Japan: Toppan Company, LTD.
- Chaffey, Dafe dkk. 2009. *Internet Marketing Fourth Edition*. London: Pearson Education.
- Effendi, Usman. 2016. *Psikologi Konsumen*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Erlina. 2011. *Metodologi Penelitian*. Medan: USU Press.
- Ferrinadewi, Erna. 2008. *Merek & Psikologi Konsumen*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Jasfar, Farida. 2012. *Teori dan Aplikasi Sembilan Kunci Keberhasilan Bisnis Jasa: Sumber Daya Manusia, Inovasi, dan Kepuasan Pelanggan*. Jakarta: Salemba Empat.
- Jogiyanto. 2007. *Sistem Informasi Keperilakuan*. Yogyakarta: ANDI.
- Kotler, Philip dan Armstrong, Gary. 1993. *Marketing An Introduction Third Edition*. USA: Prentice-Hall.
- Misbahudin dan Hasan. 2013. *Analisis Data Penelitian dengan Statistik Edisi Ke-2*. Jakarta: PT. Bumi Aksara
- Mustari, Kahar. 2012. *Analisis Statistika dengan SPSS*. Makassar: Masagena Press.

Purwanto dan Sulistyastuti. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif untuk Administrasi Publik dan Masalah-masalah Sosial*. Jakarta: GAVA MEDIA

Rangkuti, Freddy. 2009. *Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.

Sangadji dan Sopiah. 2013. *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: ANDI OFFSET.

Santoso, Singgih. 2010. *Statistik Multivariat*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.

Sobh, Tarek. 2008. *Advances in Computer and Information Science and Engineering*. USA: Springer.

Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.

Suharno dan Sutarso, Yudi. 2010. *Marketing in Practice*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

Sujarweni, V Wiratna. 2015. *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi*. Yogyakarta: PT. Pustaka Baru.

Turban, Efraim dkk. 2010. *Electronic Commerce 2010 a Managerial Perspective Sixth Edition*. USA: Prentice-Hall.

Wardana, W. 2018. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Deepublish.

Widjaja, Bernard T. 2009. *Lifestyle Marketing*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.

## **JURNAL**

Anggraeni dan Madiawati. 2016. "Pengaruh Kepercayaan dan Kualitas Informasi terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Pada Situs *www.traveloka.com*". *e-Proceeding of Management*. Vol 3 No. 2. ISSN: 2355-9357. p1-8.

- Azmi, Anna C and Bee, Ng Lee. 2010. "*The Acceptance of the e-Filling System by Malaysian Taxpayers: A Simplified Model*". *Electronic Journal e-Government*. Vol 8 No. 1. ISSN: 1479-439X. p13-22.
- Chi, Ting. 2018. "*Understanding Chinese Consumer Adoption of Apparel Mobile Commerce: An Extended TAM Approach*". *Journal of Retailing and Consumer Services*. p274-284.
- Davis. 1989. "*Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology*". *MIS Quarterly*. Vol 13 No. 3. 319-340.
- Faniran and Odumeru, James A. 2015. "*Acceptance of Mobile Banking in Nigeria: A Modified TAM Approach*". *International Conference on eBusiness, eCommerce, eManagement, eLearning and eGovernance*. p39-49.
- Fhonna dan Utami. 2018. "*Pengaruh Electronic Word of Mouth terhadap Keterlibatan Keputusan Pembelian dan Kepercayaan sebagai Pemediasi Pada Konsumen Shopee di Univeristas Syiah Kuala*". *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen*. Vol 3 No. 3. ISSN: 2614-7696. p20-32.
- Gunawan, Kelly, dan Tarigan. 2018. "*The Use of Quality, Security and Trust Factors to Improve the Online Purchase Decision*". *Journal Theoretical and Applied Information Technology*. Vol 96 No. 5. ISSN: 1992-8645. p1436-1445.
- Hidayat, Arifin, dan Priyono. 2017. "*Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, Harga, dan Kualitas Informasi Penggunaan E-Commerce terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Pada Situs Bukalapak.com*". *e-Jurnal Riset Manajemen*. Vol 6 No. 3. ISSN: 2302-6200. p64-77.
- Hussain, Azham dkk. 2016. "*Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and Perceived Enjoyment as Drivers for the User Acceptance of Interactive Mobile Maps*". *Proceedings of the International Conference on Applied Science and Technology 2016*. p1-6.
- Kore, Lamalewa, dan Mulyaningsih. 2018. "*The Influence of Promotion, Trust, and Convenience to Online Purchase Decision*", *International Journal of Mechanical Engineering and Technology (IJMET)*. Vol 9 No. 10. ISSN: 0976-6340. P77-83.

- Limpo, Lita M. 2015. "Effect of Trust and Easy on Decision Online Purchase Toward Special Fashion Products". *International Journal of Science and Research (IJSR)*. Vol 6 No. 10. ISSN: 2319-7064. p715-717.
- Lu, Fan, and Zhou. 2016. "Social Presence, Trust, and Social Commerce Purchase Intention: An Empirical Research". *Computers in Human Behavior*. p225-237.
- Maheux, Bissonnette *et al.*. 2017. "Women's Perception of Usefulness and Ease of Use of Four Healthy Eating Blog Characteristics: A Qualitative Study of 33 French-Canadian Women". *Journal of the Academy of Nutrition and Dietetics*. Vol 118 No. 7. p1220-1227.
- Prabowo dan Wiratno. 2019. "Analisis Kepercayaan dan Kemudahan terhadap Keputusan Pembelian secara Online". *Jurnal Insitusi Politeknik Ganesha Medan*. Vol 2 No. 1. ISSN: 2599-1779. p81-92.
- Rahmadi dan Malik. 2016. "Pengaruh Kepercayaan dan Persepsi Risiko terhadap Keputusan Pembelian E-Commerce Pada Tokopedia.com di Jakarta". *Reformasi Administrasi*. Vol 3 No. 1. ISSN: 2355-309X. p126-145.
- Romla dan Ratnawati. "Keputusan Pembelian E-Commerce Melalui Kemudahan Penggunaan, Kualitas Informasi, dan Kualitas Interaksi Layanan Web". *EKOBIS*. Vol 19 No. 1. ISSN: 1411-2880. p59-70.
- Setyarko, Yugi. 2016. "Analisis Persepsi Harga, Promosi, Kualitas Layanan, dan Kemudahan Penggunaan terhadap Keputusan Pembelian Produk secara Online". *Jurnal Ekonomika dan Manajemen*. Vol 5 No. 2. ISSN: 2252-6226. p128-147.
- Suhardi, Dadang. 2018. "The Analysis of Ease of Use, Trust, and Website Quality Towards Purchasing Decision in Lazada.co.id". *Indonesian Journal of Business and Economics*. Vol 1 No.1. ISSN: 2621-6167. p38-48.
- Wahyuni, Irawan, dan Sofyan. 2017. "Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan dan Kualitas Informasi terhadap Keputusan Pembelian Online di Situs Online Fashion Zalora.co.id". *e-Proceeding of Management*. Vol 4 No. 2. ISSN: 2355-9357.

**INTERNET**

- Anonim. 2014. *Keluhkan Layanan Lazada dan JNE* di <https://www.google.com/amp/s/m.republika.co.id/amp/ncc8k98> (di akses 6 Februari 2019).
- Anonim. 2019. *Tentang Lazada* di <https://www.lazada.co.id/about/> (di akses 4 Februari 2019).
- Anonim. 2019. *The Map of E-Commerce in Indonesia* di <https://www.google.com/amp/s/iprice.co.id/insights/mapofecpmmerce/en/> (di akses 2 Februari 2019).
- Aria, Pingit. 2018. *Tokopedia dan Bukalapak Kalahkkn Lazada pada Kuartal II 2018* di <https://katadata.co.id/berita/2018/08/16/tokopedia-dan-bukalapak-kalahkan-lazada-pada-kuartal-ii-2018> (di akses 4 Februari 2019).
- Fenalosa, Aldo. 2018. *Kilas Balik Ecommerce Platform di Indonesia Tahun 2018* di <https://www.google.com/amp/s/iprice.co.id/trend/insights/kilas-balik-e-commerce-di-indonesia-tahun-2018/> (di akses 8 Februari 2019).
- Jeko, I. 2018. *Jual Antigores Disangka Xiaomi, Lazada Diprotes Konsumen* di <https://www.google.com/amp/s/m.liputan6.com/amp/3229220/jual-antigores-disangka-xiaomi-lazada-dipotes-konsumen> (di akses 4 Februari 2019).
- Kemp, Simon. 2018. *Digital in 2018: World's Internet Users Pass the 4 Billion Mark* di <https://wearesocial.com/blog/2018/01/global-digital-report-2018> (di akses 1 Februari 2019).
- Prihadi, Susetyo D. 2015. *Begini Kronologi Beli Iphone 6 Plus Dapat Sabun* di <https://m.cnnindonesia.com/teknologi/20150701082941-185-63485/begini-kronologibeli-iphone-6-plus-dapat-sabun> (di akses 1 Februari 2019).
- Triwijanarko, Ramadhan. 2018. *143 Juta Internet User di Indonesia, Masih Bisa ditingkatkan?* di <https://marketeers.com/143-juta-internet-user-di-indonesia56566-2/> (di akses 6 Februari 2019).

- Widiartanto, Yoga H. 2015. *Insiden Beli Ponsel Jadi Sabun Terulang Lagi?* di <https://internasional.kompas.com/read/2015/07/09/04194697/Insiden.Beli.Ponsel.Jadi.Sabun.Teulang.Lagi> (di akses 8 Februari 2019).
- Wiku. 2014. *Situs Lazada Indonesia 'Tumbang' Karena Flash Sale Xiaomi Redmi 1S* di <https://www.google.com/amp/s/dailysocial.id/post/situs-lazada-indonesia-tumbang-karena-flash-sale-xiaomi-redmi-1s/%3famp=1> (di akses 5 Februari 2019).