

## DAFTAR PUSTAKA

- Anisa, Nora dan Hengki Tamando. (2021). Perilaku Konsumen. IOCS Publisher.
- Baskara, Hariyadi. (2014). Analisis Pengaruh Kepercayaan, Keamanan, Kualitas Pelayanan Dan Persepsi Akan Resiko Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Situs Jejaring Sosial (*Social Networking Website*).
- Budi, John, dan Andreas Ari. (2003). I-CRM Membina Relasi dengan Pelanggan.Com. Yogyakarta: Andi.
- Diza, Farah. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Konsumen. Vol. 4 No.1. Jurnal Emba. Manado: Universitas Sam Ratulangi Manado.
- Durianto, D., dan Liana, C. (2004). Analisa efektivitas iklan televisi *softener soft* dan *fresh* di Jakarta dan sekitarnya dengan menggunakan *consumer decision model*. Jurnal Ekonomi Perusahaan. Vol.11 (no. 1).
- Ferrinadewi. (2005). Pengaruh Tipe Keterlibatan Konsumen Terhadap Kepercayaan Merek dan Dampaknya Pada Keputusan Pembeli. Jurnal Ekonomi, Vol.17, No.1.
- Firdayanti, R. (2012). Persepsi Risiko Melakukan E-Commerce dengan Kepercayaan Konsumen dalam Membeli Produk Fashion Online. Journal of Social and Industrial Psychology, 1(1), 1–7.  
<https://journal.unnes.ac.id/sju/index.php/sip/article/view/2660/2449>
- Jogiyono. (2007). Sistem Informasi Keperilakuan. Edisi Revisi. Yogyakarta: Andi Offset.
- Kotler, Philip dan Gsry Armstrong. (2008). Prinsip-prinsip Pemasaran. Edisi ke-12 Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Kotler Philip, Kevin Lane Keller. (2008). Manajemen Pemasaran Edisi ke-13. Jakarta: Erlangga.
- Kusuma, D.F., dan Septarian, B.G. (2013). Pengaruh Orientasi Belanja Terhadap Intensi Pembelian Produk Pakaian Secara *Online* Pada Pengguna *Online Shop*. Vol 02. Jurnal Psikologi dan Organisasi. Surabaya: Universitas Airlangga.

- Ling, Kwek Choon et.al. (2010). *The effects of shoooping orientations, online trust and prior online purchase experience toward customers' online purchase intention*. Vol 3. Internation business research. Malaysia.
- Maharani, Astri Dhiah. (2010). Analisis Pengaruh Kepercayaan dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Nasabah Tabungan Bank Mega Semarang. Semarang: Universitas Diponegoro.
- McKnight, D. Harrison, dkk. (2002). Developing and Validating Trust Measures for e-commerce: An Integrative Typology. *Information Systems Research Journal*.
- Mira, Serafina (2013) HUBUNGAN ANTARA CITRA PERUSAHAAN DENGAN TINGKAT KEPERCAYAAN PELANGGAN (Studi Kuantitatif pada Member Aktif Minimal Peringkat 12% di Kantor Cabang Oriflame Yogyakarta). S1 thesis, UAJY.
- Riduwan, Sunarto. (2011). *Pengantar Statistika Untuk Penelitian Pendidikan, Sosial, Ekonomi, Komunikasi, dan Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Samuel, Hatane. (2006). Dampak Respon Emosi Terhadap Kecenderungan Perilaku Pembelian Impulsif Konsumen *Online* Dengan Sumberdaya yang Dikeluarkan dan Orientasi Belanja Sebagai Variabel Mediasi. Vol 8. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*. Surabaya: Universitas Kristen Petra.
- Simamora, Bilson. (2008). *Panduan Riset Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Umum.
- Sugiyono. (2008). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Suryani, Tatik. (2013). *Perilaku Konsumen di Era Internet*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Suyanto, M. (2003). *Strategi Periklanan Pada e-commerce Perusahaan Top Dunia*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjejep Jatnika, *Teori Keputusan Pembelian*, (Jakarta: Selemba Empat, 2006), hlm.120.

Utama, L., dan Yuniarwati. (2014). Pengaruh Merek, Kepercayaan Dan Pengalaman Terhadap Minat Konsumen Dalam Melakukan Transaksi Secara *Online*. Jurnal Ekonomi/Vol XXI, No. 03, November 2016: 420-435.

\*Utami, M., Handayani, T. and Pusporini, P., 2019, August. Pengaruh kualitas layanan dan kepercayaan nasabah terhadap loyalitas nasabah. In Proceeding of Conference on Islamic Management, Accounting, and Economics

Pawenang, Supawi. (2016). Modul Perkuliahan Lingkungan Ekonomi Bisnis. Surakarta: Program Pascasarjana UNIBA

Wardani, Dian Kusuma. (2020). Pengujian Hipotesis (Deskriptif dan Asosiatif). LPPM Universitas KH. A. Wahab Hasbullah

Internet :

<http://e-journal.uajy.ac.id/1953/>

<http://e-journal.uajy.ac.id/1953/>

<https://journal.uui.ac.id/CIMAE/article/view/12853/9455>