

DAFTAR PUSTAKA

- Ainul Anugrah Paride, 2015, "Pengaruh E-Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Produk PT. Rovca Clothing. *Skripsi*. Universitas Hasauddin Makassar. Makassar".
- Alhasanah, Jihan Ulya., Kertahadi dan Riyadi. 2015. Pengaruh Kegunaan, Kualitas Informasi dan Kualitas Interaksi Layanan Web E-Commerce Terhadap Keputusan Pembelian Online (Survei pada Konsumen www.getscoop.com). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*. Vol. 15 No. 2 Oktober 2015.
- Andriansyah., 2015., *Manajemen Transportasi dalam Kajian dan Teori*, Jakarta Pusat, 10270.
- Ardyanto,D, Susilo, H., & Riyadi (2015). Pengaruh Kemudahan Dan Kepercayaan Menggunakan E-Commerce Terhadap Keputusan Pembelian Daring (Survei Pada Konsumen www.petersaysdenim.com), 22(1). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*. Vol. 22 No. 1 Mei 2015
- Arikunto, S. 2013. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Benito Adityo, 2011, "Analisis pengaruh kepercayaan, Kemudahan dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online di Situs Kaskus". *Skripsi*. Universitas Diponegoro. Semarang
- Buchary, Herry Achmad dan Djaslim Saladin.2013. *Manajemen pemasaran (Ringkasan praktis, teori, aplikasi & tanya jawab)*. Bandung: Lindakarya
- Cresswell, john W. 2010. *Research Design Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan Mixed*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Davis, F.D. 1989. "Kegunaan yang dirasakan, kemudahan penggunaan yang dirasakan, dan pengguna penerimaan teknologi informasi", *MIS Quarterly*, Vol. 13 No. 3, pp. 319-40. 1993."Penerimaan pengguna terhadap teknologi informasi: sistem karakteristik, persepsi pengguna, dan dampak perilaku", *International Jurnal Studi Manusia-Mesin*, Vol. 38 No.3, hlm. 475-87.
- Hamzah Nazarudin, Yunita Pela (2016): Pengaruh Kemudahan dan Kualitas Informasi terhadap Keputusan Pembelian secara Online di Situs D'BC Network Oriflame. *Jurnal Bisnis & Manajemen*. Volume. 2 Nomor 2, 2016
- Hardiawan, Anandya Cahya. 2013. Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online (studi kasus pengguna situs jual beli online tokobagus.com). *Skripsi*. Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro. Semarang.
- Harlan, Dwimastia. 2014."Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan dan Risiko Persepsian Terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan EBanking Pada

- UMKM di Kota Yogyakarta”. *Skripsi*. Yogyakarta: Universitas Negeri Yogyakarta.
- H, K. R., Astuti, E. S., & Susilo, H. (2015). Pengaruh Kemudahan dan Kualitas informasi terhadap Minat dan Keputusan Pembelian Secara Online (Survei pada konsumen www.ardiansmx.com). *Jurnal Administrasi Bisnis* .
- Iswara, Danu. 2016. Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, Kualitas Informasi, Dan Persepsi Resiko Terhadap Keputusan Pembelian Studi Kasus Pada Pengguna Media Sosial Instagram di Kota Yogyakarta (*Skripsi*). Universitas Negeri Yogyakarta: Yogyakarta
- Jogiyanto. (2007). *Sistem Teknologi Keperilakuan*. Yogyakarta : Andi.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller.2016.*Manajemen Pemasaran* Edisi ke-15. Jersey Baru: Pearson Aula Prectice, Inc
- Kotler, P. dan Keller, K.L., 2016., *Marketing Management*, Person Education, Inc.
- Krismaji. (2015). Perancangan Sistem Informasi Dan Sistem informasinya. Yogyakarta: Penerbit Gava Media.
- Rahayu, P. D. (2017). Pengaruh Kemudahan, Kepercayaan dan Kualitas Informasi terhadap Keputusan Pembelian secara Online di Tokopedia. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajamen Vol.6 No.10* .
- Rambat Lupiyoadi., 2013., *Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kompetensi*, Jakarta : Salemba Empat.
- Romney, Marshall B. Steinbart, (2015). “*Sistem Informasi Akuntansi* Edisi 13, Alih bahasa : Kikin sakinah Nur dan Novita Puspari”. Jakarta: Salemba empat.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: CV Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta, CV.
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Pendidikan*. Cetakan Dua Puluh, Bandung: CV Alfabeta
- Sungadji dan Sopiah, (2013), *Perilaku Konsumen*, Cetakan Pertama, Yogyakarta : CV. Andi Offset.
- Tjini Sartika dan Zaki Baridwan. (2013). “Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, dan Persepsi Kenyamanan Terhadap Minat Penggunaan Sistem Internet Banking”. *Jurnal Universitas Brawijaya Malang*.

- Wahyuningtyas, Yunita Fitri. (2015). Analisis Pengaruh Persepsi Risiko, Kemudahan dan Manfaat Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online (Studi Kasus Pada Konsumen Barang Fashion di Facebook). *Jurnal Kajian Bisnis* Vol. 23, No. 2, Juli 2015.
- Wong, Jony, 2010, *Pemasaran Internet untuk Pemula*, Elex Jakarta : Media Komputindo.
- Yoantika, Dias. Pengaruh Kualitas Informasi dan Pengetahuan Konsumen terhadap Keputusan Pembelian di Swalayan Surya Jenangan. *Skripsi*. Ponorogo: Insitut Agama Islam Negeri Ponorogo, 2019.
- Yoganda, Dirgantara (2017). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Kepercayaan dan Persepsi Resiko Terhadap Minat Menggunakan Uang Elektronik. *Jurnal Manajemen*. Vol. 6, No. 4
- Yunianto, Yanuar. 2007. Penerimaan Sistem Online Public Access Catalog (OPAC) di Perpustakaan Universitas Airlangga Kampus B. Departemen Ilmu Informasi dan Perpustakaan.
- Yuniarti, Vinna Sri. 2015. Prilaku Konsumen. *Skripsi*. Bandung: Pustaka Setia