

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, T., & Tantri, F. (2013). *Manajemen Pemasaran* (1st ed.). Depok: Pt Rajagrafindo Persada.
- Adilang, A., Oroh, S. G., & Moniharapon, S. (2014). Persepsi, Sikap, Dan Motivasi Hedonis Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Secara Online, 2(2), 561–570.
- Akbarm, S., & James, P. T. J. (2014). Consumers ' attitude towards online shopping Factors influencing employees of crazy domains to shop online. *Journal of Management and Marketing Research*, 14(February), 1–11. Retrieved from <http://www.aabri.com/manuscripts/131640.pdf>
- Anthasari, N. H., & Widiastuti, E. (2016). Pengaruh Faktor Kepercayaan, Keamanan Dan Persepsi Pada Resiko Terhadap Keputusan Pembelian Produk Shopie Martin Melalui Sistem Online Di Surakarta, 14(3), 25–30.
- Bilondatu, M. R. (2013). Motivasi, Persepsi, Dan Kepercayaan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Sepeda Motor Yamaha Di Minahasa. *Emba*, 1(3), 710–720.
- Dharmmesta, B. S., & Handoko, T. H. (2008). *Manajemen Pemasaran analisis perilaku konsumen* (1st ed.). Yogyakarta: Bpfe-Yogyakarta.
- Fahmi, I. (2016). *Teori dan Teknik Pengambilan Keputusan kualitatif dan kuantitatif*. depok: Pt Rajagrafindo Persada.
- Gana, M. A., & Koce, H. D. (2016). Mobile Marketing: The Influence of Trust and Privacy Concerns on Consumers' Purchase Intention. *International Journal of Marketing Studies*, 8(2), 121. <https://doi.org/10.5539/ijms.v8n2p121>
- Ghozali. (2016). *Program IBM SPSS 21*. Undip.
- Jayanti, R. D. (2015). Pengaruh Harga dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian. *STIE PGRI Dewantara Jombang EKSIS*, X(1).
- Kotler, P., & Gary Armstrong. (2008). *Prinsip Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlanga.
- Kurnia, D. (2016). Pengaruh Kepercayaan, Orientasi Belanja, Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Busana Secara Online (Studi Pada Mahasiswa Universitas Lampung).
- Retor, S. T. (2014). Analisis Motivasi, Persepsi, Pembelajaran, Keyakinan Dan Sikap Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pt. Conbloc Indonesia Surya Manado, 2(3), 664–675.

- Sangadji, E. mamang, & Sopiah. (2013). *Perilaku Konsumen Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian*. Yogyakarta: c.v andi offset.
- Sanusi, A. (2011). *Metode Penelitian Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.
- Setiadi, N. J. (2013). *Perilaku Konsumen : Perspektif Kontemporer pada Motif, Tujuan, dan keinginan Konsumen*. Kencana Prenada Media Group.
- Setiawan, B. (2013). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Konsumen, 1(3), 247–254.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D* (22nd ed.). Bandung: ALFABETA.
- Supranto, & Limakrisna, N. (2011). *Perilaku Konsumen Dan Strategi Pemasaran Untuk Memenangkan Persaingan Bisnis* (2nd ed.). Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Suryani, A. (2016). Pengaruh Celebrity Endorser , Brand Image Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pembersih Wajah Men ' S Biore
- Suryani, T. (2008). *Perilaku Konsumen; Implikasi pada Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Suryani, T. (2013). *Perilaku Konsumen Di Era Internet*. Graha Ilmu.
- Warayuanty, W., & Suyanto, A. (2015). The influence of lifestyles and consumers attitudes on product purchasing decision via online shopping in Indonesia. *European Journal of Business and Management*(Online), 7(8), 74–80. Retrieved from <http://amasuyanto.staff.telkomuniversity.ac.id/files/2015/05/20944-23513-1-PB.pdf>
- Wibowo. (2013). *Perilaku dalam organisasi*. Pt Rajagrafindo Persada.
- Wibowo, A. E. (2012). *Apalikasi Praktis SPSS dalam penelitian*. Yogyakarta: Penerbit Gava Media.