

DAFTAR PUSTAKA

- Adi, R. N. (2013). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Dengan Sistem Pre Order Secara online (studi kasus pada online shop Chopper Jersey).
- Aptaguna, A., & Pitaloka, E. (2016). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Harga Terhadap Minat Beli Jasa Go-jek. *Program Studi Manajemen*, 3(2012).
- Arista, E. D., & Triastuti, S. (2011). Analisis Pengaruh Iklan, Kepercayaan Merek, dan Citra Merek terhadap Minat Beli Konsumen, 13(1), 37–45.
- Bearmen. (2008). *Retail Manajemen : Strategic Approach* (10th ed.). New Jersey: Prentice Hall.
- Broutsou, A., & Fitsilis, P. (2012). Online Trust: The Influence of Perceived Company's Reputation on Consumers' Trust and the Effects of Trust on Intention for Online Transactions. *Journal of Service Science and Management*, 5.
- Chang, Y. S., & Fang, S. R. (2013). Antecedents And Distinctions Between Online Trust And Distrust: Predicting High And Low-Risk Internet Behaviors. *Journal of Electronic Commerce Research*, 14.
- Dewi, C. (2014). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan dan Minat Beli Konsumen di Rumah Makan Boga-Bogi Surakarta. *Informatika*, 1(2), 53–64.
- Durianto, D. (2013). *Strategi Menaklukan Pasar*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Dwiyanti, E. (2008). Menurut (Tjiptono, 2008: 78), mendefinisikan kualitas adalah karakteristik, komponen atau atribut obyektif yang dapat diukur. Berdasarkan definisi di atas bahwa kualitas pelayananberpusat pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan.
- Fauzan, M. R., Sutomo, M., & Mubaraq, R. (2015). Pengaruh Kepercayaan Merek, Periklanan Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Minuman Isotonik Mizone Di Kota Palu, 3(1), 7–14.
- Ghozali, H. I. (2013). *Analisis Multivariate Program : Update PLS Regresi*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21*. Semarang: Universitas Diponegoro.

- Kotler, & Armstong, G. (2012). *Prinsip-Prinsip Pemasaran* (13th ed.). Jakarta: Erlangga.
- Kotler, & Keller, K. L. (2008). *Manajemen Pemasaran* (12th ed.). Indeks.
- Kountur, R. (2007). *Metode Penelitian untuk Penulisan Skripsi dan Tesis*. Yogyakarta: PPM.
- Ling, K. C., Chai, L. T., & Piew, T. H. (2010). The Effects of Shopping Orientations, Online Trust and Prior Online Purchase Experience toward Customers' Online Purchase Intention. *International Business Research*, 3.
- Nugroho, S. (2013). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT. Kharisma Putra Utama.
- Nusarika, L. A. K., & Purnami, N. M. (2015). Pengaruh Persepsi Harga, Kepercayaan, Dan Orientasi Belanja Terhadap Minat Beli Secara Online (Studi pada Produk Fashion Online di Kota Denpasar). *E-Jurnal Manajemen Unud*, 4(8), 2380–2406.
- Priyatno, D. (2010a). *Paham Analisa Statistik Data dengan SPSS*. Yogyakarta: Media Kom.
- Priyatno, D. (2010b). *Paham Analisa Statistik Data dengan SPSS : Plus Tata Cara dan Tips Menyusun Skripsi dalam Waktu Singkat*. Yogyakarta: Media Kom.
- Priyatno, D. (2012). *Belajar Cepat Olah Data Statistik dengan SPSS*. Jakarta: CV. Andi Offset.
- Sari, Raipita, & Diana Rahmawati. (2013). Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan, Kepercayaan, dan Computer Self Efficacy Terhadap Penggunaan E-banking Pada Mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta. *Jurnal Profita*, (10–22).
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R&D*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Sunyoto, D. (2011). *Analisis Regresi dan Uji Hipotesis*. Yogyakarta: CAPS.
- Tjiptono, F. (2008). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, F. (2011). *Service, Quality and satisfaction* (3rd ed.). Yogyakarta: Andi.
- Wibowo, A. E. (2012). *Aplikasi Praktis SPSS dalam Penelitian*. Yogyakarta: Gava Media.