

DAFTAR REFERENSI

- Achyar, Adrian. Brilliant, Mochammad, A. 2013. The Impact of Satisfaction and Trust on Loyalty of E-commerce Customers. ASEAN Marketing Journal.
- Anwar, Sanusi. 2014. Metodologi Penelitian Bisnis. Jakarta: Salemba Empat.
- Ardyanto, Denni, Heru Susilo dan Riyadi. 2015. Pengaruh Kemudahan dan Kepercayaan Menggunakan E-Commerce terhadap Keputusan Pembelian Online (Survei pada Konsumen www.petersaysdenim.com). Jurnal Administrasi dan Bisnis (JAB). Volume 22. Nomor 1
- Ardyanto, Denni, Heru Susilo dan Riyadi. 2015. Pengaruh Kemudahan dan Kepercayaan Menggunakan E-Commerce terhadap Keputusan Pembelian Online (Survei pada Konsumen www.petersaysdenim.com). Jurnal Administrasi dan Bisnis (JAB). Volume 22. Nomor 1
- Company profile PT. Jakarta Teknologi Utama diambil dari : <https://teknobodyrepair.id/tentang-teknol/>
- Dita Amanah "Exploring Online Purchase Decision Among University Students in Indonesia. || IOSR Journal Of Humanities And Social Science (IOSR-JHSS). vol. 22 no. 12, 2017, pp.72-77
- E. Turban, David K, J. Lee, T. Liang, D. Turban. 2012. *Electronic Commerce 2012: Managerial and Social Networks Perspectives, 7th Edition*. Pearson.
- Ferrinadewi, Erna. 2008. *Merek dan Psikologi Konsumen*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- G. Leon, Schiffman dan Lazar L Kanuk. 2008. *Perilaku Konsumen*. Edisi Ketujuh.
- Ghozali, Imam. 2012. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS. Yogyakarta: Universitas Diponegoro
- Kasali, Rhenald. 2011. *Cracking Zone : Bagaimana Memetakan perubahan di Abad ke- 21 dan Keluar dari Perangkap Comfort Zone*. Jakarta : Gramedia.
- Keles, D. M. 2016. The Effect of Electronic Word of Mouth on Consumer Buying Decision in Lazada. Journal EMBA. <http://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/11856>. Access on August 24th 2016. Vol. 8 (1). Pp. 1086-1095.
- Kenneth C. Laudon. & Carol Guercio Traver. 2014 . *E-commerce 2014, Global*

Edition, 10/e. Pearson Education Limited.

Kotler, Philip and Gary Amstron. (2016). Prinsip-prinsip Pemasaran. Edii13. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.

Laudon, Kenneth C. & Traver, Carol Guercio. 2012. *E-commerce 2012 (Business, Technology, Society)*. Eight Edition. Pearson.

Masoud, E.Y. 2013. The Effect of Perceived Risk on Online Shopping in Jordan. *European Journal of Business and Management*, Vol.5, No.6, pp.76-87

Paul, *Peter. J* dan Jerry C. *Olson*, 2000, *Consumer Behaviour : Perilaku. Konsumen dan Strategi Pemasaran*, jilid 1 dan jilid 2, Jakarta : Erlangga.

Pengertian dasar e-commerce dan sejarah diambil dari: *wikipedia.org*.

Sejarah dasar e-commerce diambil dari: <https://blog.citos.id/sejarah-e-commerce-di-indonesia/>

Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Suryani, Tatik. 2008. *Perilaku Konsumen; Implikasi Pada Strategi Pemasaran*. Yogyakarta : Graha Ilmu.

Suyanto, M. 2003. *E – commerce Perusahaan Top Dunia*. Andi. Yogyakarta.

Tabel pengunjung e-commerce di Indonesia diambil dari: <https://teknologi.id/bisnis/e-commerce-dengan-pengunjung-terbanyak-di-indonesia/>

Tabel pertumbuhan e-commerce tercepat di dunia 2019 diambil dari : <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/04/25/indonesia-jadi-negara-dengan-pertumbuhan-e-commerce-tercepat-di-dunia>

Tabel prediksi penjualan e-commerce 2016-2019 by DataBooks.co.id diambil dari: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2018/02/12/2022-penjualan-e-commerce-indonesia-mencapai-rp-16-miliar>

Tata Sutabri. 2012. *Analisis Sistem Informasi*. Andi. Yogyakarta.

Tjiptono, F., & Chandra, G. 2012. *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta: Andi.

Tjiptono, Fandy, 2008, *Strategi Pemasaran*, Edisi 3, ANDI: Yogyakarta.