

DAFTAR PUSTAKA

- Al Fian, Junai dan Tri Yuniati. 2016. *Pengaruh Kepuasan dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Auto 2000 Sungkono Surabaya*. Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen. Vol 5. No.6. ISSN : 2461-0593.
- Alwafi dan Rizal. 2016. *Pengaruh Persepsi Keamanan, Kemudahan Bertransaksi, Kepercayaan Terhadap Toko dan Pengalaman Berbelanja Terhadap Minat Beli Secara Online Pada Situs Jual Beli Tokopedia.com*. Diponegoro Journal of Management. Vol 5. No. 2. ISSN : 2337-3792.
- Anandita, Florentinus Bigar Anung, dan Sumarno Dwi Saputra. 2015. *Analisis Pengaruh Kepercayaan, Keamanan, Kualitas Pelayanan, dan Persepsi Akan Risiko Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Situs Jejaring Sosial*. Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan. Vol 15. No. 2. ISSN : 1412-193X.
- Anggraeni, Penia dan Putu Nina Madiawati. 2016. *Pengaruh Kepercayaan Dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Pada Situs www.Traveloka.com*. e-Proceeding of Management. Vol.3. ISSN: 2355-9357.
- Ardiansyah. 2015. *An Analysis Of Security And Service Quality Toward Purchase Decision On E-Commerce And Its Implications Of Consumer Loyalty*. ISSN: 2460-7223.
- Arikunto, Suharsimi. *Prosedur Penelitian (Suatu Pendekatan Praktik)*. 2010. Jakarta: Rineka.
- Ariyanti, Kurnia, dan Sri Setyo Iriani. 2014. *Pengaruh Persepsi Nilai dan Persepsi Risiko Terhadap Niat Beli Kosmetik Organik*. Jurnal Ilmu Manajemen. Vol 2. No.4. ISSN : 2549-192X.
- Aziz, Venny Rizky Amelia. 2014. *Pengaruh Persepsi Risiko dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Secara Online Melalui Blackberry Messenger (BBM)*. eJournal Psikologi. Vol 4. No. 1. ISSN : 2477-2674.
- Elardo, Molden, dkk. 2014. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan, Kepercayaan dan Loyalitas*. Jurnal Administrasi Bisnis (JAB). Vol 15. No. 2. ISSN : 1978-743X.
- Fajarratri, Dwi Astuti. 2010. *Studi Mengenai Persepsi Resiko (Perceived Risk) Terhadap Minat Beli Online Shopping*. Jurnal Sains Pemasaran Indonesia. Vol 9. No.2. ISSN : 1412-8527.

Harahap, Dedy Ansari. 2015. *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen di Pajak USU (PAJUS) Medan*. Jurnal Keuangan dan Bisnis. Vol 7. No.3. ISSN : 2086-1699.

Ilham, Dino Achriza. 2017. *Pengaruh Kepercayaan, Keamanan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Situs Online Store Lazada Sebagai E-Comere Terpercaya di Indonesia*. Simki-Economic. Vol 1. No. 5. ISSN : 2599-0748.

Kuncoro, Mudrajad. 2013. *Metode Riset Untuk Bisnis dan Ekonomi*. Edisi keempat. Jakarta: Erlangga.

Kuncoro, Mudrajad. 2009. *Metode Riset Untuk Bisnis dan Ekonomi*. Jakarta: Erlangga.

Malau, Harman. 2017. *Manajemen Pemasaran*. Bandung: Alfabeta.

Maliyah, Siti. 2015. *Pengaruh Citra Merek, Kepercayaan (Trust) dan Komitmen Terhadap Loyalitas Nasabah Pada PT. Henan Putihrai Asset Management*. Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis. Vol 1. No. 1. ISSN : 2460-8424.

Pilik, Michal. 2016. *Trust and Security as Significant Factors Influencing On-Line Buying Behavior in CZECH Republic*. Ekonomika Management Inovace. Vol 8. No 2. ISSN : 1804-1299.

Rafidah, Inas. 2017. *Analisis Keamanan Kemudahan dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online di Lazada*. Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen. Vol 6. No 2. ISSN : 2461-0593.

Sangadji, Etta Mamang dan Sopiah. *Perilaku Konsumen*. 2013. Yogyakarta: C.V ANDI OFFSET.

Setiawan dan Anisatul. 2017. *Pengaruh Keamanan, Kemudahan, Kepercayaan, dan Risiko Kinerja Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online*. Jurnal Ilmu Manajemen Advantage. Vol 1. No.1. ISSN : 2598-1072.

Sudjatmika, Fransiska Vania. 2017. *Pengaruh Harga, Ulasan Produk, Kemudahan, dan Keamanan Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online di Tokopedia.com*. Agora. Vol 5. No.1. ISSN : 2597-615X.

Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono.2017. *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Suhir,dkk. 2014. *Pengaruh Persepsi Risiko, Kemudahan dan Manfaat Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online*. Jurnal Administrasi Bisnis (JAB). Vol 8. No. 1. ISSN : 1978-743X.

Tugiso,dkk. 2016. *Pengaruh Relationship Marketing, Keamanan, Kepercayaan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Online Shop dan Loyalitas Konsumen Sebagai Variabel Intervening*. Journal of Management. Vol 2. No. 2. ISSN : 2580-7889.

Wahyuni,dkk. 2017. *Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Online di Situs Online Fashion Zalora.co.id*. Vol 4. No. 2. ISSN : 2355-9357.

Wahyuningtyas, Yunita Fitri, dan Dyah Ayu Widiastuti. 2015. *Analisis Pengaruh Persepsi Risiko, Kemudahan dan Manfaat Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online*. Jurnal Kajian Bisnis. Vol 23. No.2. ISSN : 0854-4530.

Wijaya dan Farida.2014. *Pengaruh Rancangan Situs, Harga, Kepercayaan dan Keamanan Terhadap Pembelian Produk Fashion Melalui Online Shopping*. Jurnal Manajemen dan Pemasaran Jasa. Vol 7. No.2. ISSN : 2442-9732.

Wulandari, Retno. 2012. *Dimensi-Dimensi Persepsi Risiko Keseluruhan Konsumen*. JRMB. Vol 7. No.2. ISSN : 1907-7343.

<https://apjii.or.id/> (6 Februari 2018).

[https://ekonomi.kompas.com/read/2018/01/19/171756726/toko-online-paling-](https://ekonomi.kompas.com/read/2018/01/19/171756726/toko-online-paling-banyak-diadukan-konsumen-ke-ylki-ini-daftarnya)

[banyak-diadukan-konsumen-ke-ylki-ini-daftarnya](https://ekonomi.kompas.com/read/2018/01/19/171756726/toko-online-paling-banyak-diadukan-konsumen-ke-ylki-ini-daftarnya) (5 Mei 2019)

<https://inet.detik.com/cyberlife/d-4184539/heboh-kasus-flash-sale-tokopedia-pecat-karyawan> (5 November 2018)

<https://iprice.co.id/trend/insights/peta-persaingan-e-commerce-indonesia-30/>

(6 Februari 2018).

[https://katadata.co.id/berita/2019/01/25/ylki-layanan-jasa-keuangan-catat-aduan-](https://katadata.co.id/berita/2019/01/25/ylki-layanan-jasa-keuangan-catat-aduan-konsumen-terbanyak-di-2018)

[konsumen-terbanyak-di-2018](https://katadata.co.id/berita/2019/01/25/ylki-layanan-jasa-keuangan-catat-aduan-konsumen-terbanyak-di-2018) (5 Mei 2019)

<http://nextren.grid.id/read/0124363/inilah-tren-e-commerce-2018-di-indonesia-menurut-toko-online-ini?page=all> (6 Februari 2018).

<https://pemkomedan.go.id/hal-medan-tembung.html> (5 Mei 2019)

<http://teknologi.metrotvnews.com/news-teknologi/8KyvZP2N-lazada-dan-tokopedia-jadi-raja-e-commerce-indonesia-2017> (6 Februari 2018).

<https://tekno.kompas.com/read/2016/05/19/15483207/duta.tokopediaoppo.takut.be-lanja.online.dan.pakai.iphone> (5 November 2018)

<https://www.tokopedia.com/> (6 Februari 2018).



THE
Character Building
UNIVERSITY