

DAFTAR PUSTAKA

- Adi, Riski. (2017). *Pengaruh Kepercayaan, Harga dan Kemudahan Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Toko Online*. Skripsi. Fakultas Ekonomi Universitas PGRI Yogyakarta.
- Alwafi, Fachrizi dan Magnadi. (2016). Pengaruh Persepsi Keamanan, Kemudahan Bertransaksi, Kepercayaan Terhadap Toko dan Pengalaman Berbelanja Terhadap Minat Beli Secara Online Pada Situs Jual Beli Tokopedia.com. *Journal Of Managemenet*. Vol. 5. No. 2. Hal 1-15.
- Annisa. (2012). *Pengaruh Perangkat Lunak Akuntansi dan E-commerce Terhadap Kinerja Perusahaan Pada Usaha Mikro, Kecil dan Menengah*. Skripsi S1. Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia.
- Ansari, Dedy dan Dita Amanah. (2018). Perilaku Belanja Online: Studi Kasus. *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMS)*. Vol. 9. No. 2. Hal 193-211.
- Ariwibowo dan Nugroho. (2013). Pengaruh *Trust* dan *Perceived Of Risk* Terhadap Niat Untuk Bertransaksi Menggunakan *E-commerce*. *Jurnal Nominal*. Vol. 2. No. 1.
- Bella, Nanda dan Wahyono. (2016). Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen di Toko Online. *Management Analysis Journal*. Hal389-399.
- Bungin, Burhan. (2006). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Fajar Interpratama Offset.
- Bungin, Burhan. (2015). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Depok: Rajagrafindo Pustaka
- Daniel, Dama. (2016). Analisis Faktor-Faktor Yang Mepengaruhi Minat Beli Konsumen Dalam Memilih Laptop Acer di Toko Lestari Komputer Manado. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*. Vol. 16. No. 01. Hal 503-514.
- Ellen. (2015). *Pengaruh Kegunaan Persepsian, Kepercayaan Normatif, dan Risiko Persepsian Terhadap Niat Berbelanja Online Pada Mahasiswa Jurusan Akuntansi Universitas Bangka Belitung*. Skripsi S1. Fakultas Ekonomi Universitas Bangka Belitung
- Ghozali, Imam. (2013). *Analisis Multivariate dengan Progam SPSS 21*. Semarang: Badan Penerbit Undip.
- Imari, Shopia, et.al., (2017). Pengaruh Orientasi Belanja, Kepercayaan Online dan Pengalaman Pembelian Sebelumnya Terhadap Niat Pembelian Konsumen Secara Online Dengan Perbedaan Gender Sebagai Variabel Pemoderasi. *Jurnal Perspektif Manajemen dan Perbankan*. Vol. 8. No. 3. Hal 49-70.

- Jogiyanto, H.M. (2008). *Sistem Informasi Akuntansi*. Yogyakarta: ANDI
- Ling, et.al., (2010). The Effects of Shopping Orientations, Online Trust and Prior Online Purchase Experience toward Customers' Online Purchase Intention. *International Business Research* Vol. 3. No. 3. Hal 63-76.
- Lubabin, Fathul. (2016). Hubungan Peran Jenis Dengan Minat Menjadi Pemimpin. *Psikoislamika*. Vol. 3. No. 2. Hal 119-217.
- Muqquarabin. 2017. *Teori Yang Digunakan Untuk Mengukur Perilaku Konsumen – theory of Reasoned Action*, (<https://sbm.binus.ac.id/2017/07/07/teori-yang-bisa-digunakan-untuk-mengukur-perilaku-konsumen-theory-of-reasoned-action/> ,diakses 20 April 2019).
- Nusarika dan Ni Made Purnami. (2015). Pengaruh Persepsi Harga, Kepercayaan, dan Orientasi Belanja Terhadap Niat Beli Secara Online). *E-Jurnal Mnajemen Unud*. Vol. 4. No. 8. Hal 2380-2406.
- Offset, A. (2016). *Apa & Bagaimana E-commerce*. Semarang: Wahana Komputer.
- Perdede, Sanggam dan Erni Martini. (2016). Pengaruh Orientasi Belanja Terhadap Minat Beli Online Pada Konsumen Tokopedia.com di Indonesia. *e-Proceeding of Management*. Vol. 3. No. 3.
- Rosdiana, Riski dan Iyus Akhmad. (2018). Pengaruh Kepercayaan Konsumen Terhadap Minat Beli Produk Pakaian Secara Online. *International Journal of Social Science and Business*. Vol. 2. No. 3. Hal 169-175..
- Sudjanarti, Dwi, et.al., (2018). Pengaruh Orientasi Belanja dan Perbedaan Gender Terhadap Pencarian Informasi Online dan Belanja Online Pada Mahasiswa Jurusan Administrasi Niaga Politeknik Negeri Malang. *Jurnal Administrasi dan Bisnis*. Vol . 12. No. 2. Hal 118-126.
- Sugara, Anang dan Rizki Yudhi. (2017). Analisis Kepercayaan dan Kepuasan Terhadap Penggunaan Sistem Transaksi Jual Beli Online. *Jurnal Administrasi Bisnis*. Vol. 52. No. 1. Hal 8-15.
- Sugiyono, (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suryabrata, Sumaji. (2014). *Metodologi Penelitian*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Shabur, et. al., (2015). Implementasi E-commerce Sebagai Media Penjualan Online (Studi Kasus Pada Toko Pastbrik Kota Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis*. Vol. 29. No. 1.
- Tilaar, Florida, et.al., (2018). Pengaruh Kepercayaan dan Motivasi Terhadap Minat Beli Pengguna Shopee Secara Online Pada Anggota pemuda GMIM Zaitun Mahakeret. *Jurnal EMBA*. Vol. 6. No. 4. Hal 2028-2037.

- Pahlevi, et.al., (2017). Pengaruh Penggunaan E-commerce Terhadap Kualitas Sistem Infomasi Akuntansi. *Posiding Akuntansi*. Vol. 3. No. 2
- Wahyono, Budi. 2017. *Teori Perilaku Yang Direncanakan (Theory Of Planned Behavior)*. (<https://www.pendidikanekonomi.com/2014/08/teori-perilaku-yang-dienanakan-theory.html/m=1>). Diakses 2017 April 2019).
- Widiyanto, Ibnu dan Sri Lestari. (2015). Perilaku Pembelian Melalui Internet. *JMK*, Vol. 17. No. 2. Hal 109-122.
- Yuhefizar. (2013). *Membuat Toko Online Itu Mudah*. Jakarta: Elex Media Komputindo.

