

DAFTAR PUSTAKA

- Harris, L. C. & Goode, M. M., 2010. Online Servicescape, Trust, and Purchase Intention. *Journal Of Service Marketing*, Volume 24, pp. 230-243.
- Hoffman, D. L., Novak, T. P. & Peralta, M., 1999. Building Consumer Trust in Online Environment : The case for Infoemation Privacy. *Communciation of the ACM*, 42(4), pp. 80-85.
- Kotler, P. & Keller, K. L., 2009. *Manajemen Pemasaran*. 13th ed. Jakarta: Erlangga.
- Kuncoro, M., 2011. *Metode Kuantitatif, Teori dan Aplikasi untuk Bisnis dan Ekonomi*. 4 ed. Yogyakarta: Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN.
- Lovelock, C., Wirts, J. & Mussry, J., 2010. *Pemasaran Jasa : Manusia, Teknologi, Strategi*. 7th ed. Jakarta: Erlangga.
- Mckinght, D. H., Choudhury, V. & Kacmar, C., 2002. Developing and Validataing Trust Measure for E-commerce : An Integrative Typology. *Information System Research*, Volume 13 No. 3, pp. 334-359.
- Mcknight, D. H. & Chervary, N. L., 2002. What Trust Means in E-commerce Customer Relationship : An Inrediciplinary Conceptual Typology. *International Journal of Electronic Commerce*, 60(6), pp. 35-39.
- Sekaran, U., 2006. *Research Methods For Business*. 4th ed. Jakarta: Salemba Empat.
- Strauss, J., El-Ansary, A. & Forst, R., 2006. *E-Markaeting*. 6th ed. USA: Pearson.
- Sugiyono, 2013. *Metode Peneitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: Alfabeta, CV.
- Suliyanto, 2006. *Metode Riset Bisnis*. Yogyakarta: Andi.
- Supardi, 2005. *Metode Penelitian Ekonomi Bisnis*. 1st ed. Yogyakarta: UII Press Yogyakarta.
- Tjiptono, F., 2016. *Pemasaran, Esensi dan Aplikasi*. Yogyakarta: Andi.
- Wibowo, R. A., 2015. Kesuksesan E-commerce (onlie shoping) Melalui Trust dan Customer Loyalty. *Jurnal Ekonomika dan Bisnis*, 20(1), pp. 1-52.
- Windarto, Y., 2016. Pengaruh Usability Faktor Wesbite E-commerce Model B2C Terhadap Kepercayaan User. *Jurnal Sistem Informasi*, 8(2).

Zeithaml, Valarie A., Bitner, M.J., 1996. *Services Marketing*. McGraw_Hill, New York.

Skripsi dan Thesis

Anantoro, Aryo., 2016. “Pengaruh Kepercayaan Komunitas Penjual, Kepercayaan Situs dan Risiko Persepsi Terhadap Niat Pembelian Kembali Pada Situs C2C E-commerce”, Thesis Magister, Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta.

Aviantari, Azzika, N. H., 2016. ”Hubungan Antara Kepercayaan Terhadap E-commerce dengan Perilaku Pengambilan Risiko Pada Pengguna Jasa Taksi M-Commerce”, Skripsi Sarjana, Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta.

Praptono, L. H., 2016. “Analisis Pengaruh E-servicescape Terhadap Purchase Intention (Studi pada Pengunjung Situs Belanja Online Lazada.co.id)”, Skripsi Sarjana, Universitas Sebelas Maret, Surakarta.

Putro, G. P., 2014. “Pengaruh E-servicescape dan Kepercayaan pada Niat Pembilan Konsumen (Studi pada Zalora.co.id)”, Skripsi Sarjana, Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta.

Salsabila, S. N., 2014. “Analisis dan Manfaat Resiko E-commerce Terhadap Belanja Online”, Skripsi Sarjana, Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta.

Internet

Commeta Group 2017, *Mengenal bentuk bisnis e-commerce yang ada di Indonesia*, diakses 28 mei 2017, <http://commeta.co.id/mengenal-bentuk-bisnis-e-commerce-yang-ada-di-indonesia-2/>.

Gunawan, Christian.K. & Wicaksono, Ardhi., 2013. Analisis Persepsi Konsumen Terhadap Online Servicescape Website Bakery, diakses 16 Maret 2017, <http://studentjournal.petra.ac.id/index.php/manajemenperhotelan/article/download/997/876>.

<https://www.mataharimall.com/static/1/about> (diakses 15 Maret 2017).

Marius, P. & Anggoro, S., 2015. *Apjii.or.id*. [Online] Available at: <https://apjii.or.id/downfile/file/PROFILPENGGUNAINTERNETINDONESIA2014.pdf> [diakses 22 March 2017].

- Mitra, W., 2014, *Data statistik mengenai pertumbuhan pangsa pasar e-commerce di Indonesia saat ini*, rilis media 16 september, diakses 28 mei 2017, <https://startupbisnis.com/data-statistik-mengenai-pertumbuhan-pangsa-pasar-e-commerce-di-indonesia-saat-ini/>.
- Widiyanto, Ibnu. & Prasilowati, Sri L., 2015. Perilaku Pembelian Melalui Internet. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, vol 17 No.2, diakses 31 Maret 2017, <http://jurnalmanagement.petra.ac.id/index.php/man/article/view/1934518828>.
- Olavia, L., 2015. *Beritasatu.com*. [Online] Available at: <http://www.beritasatu.com/ekonomi/320963-ini-bedanya-mataharimallcom-dengan-toko-online-lain.html> [Accessed 23 March 2017].
- Zunaidi, Makhbub. Waluyo, Dwi E. Agustini, Dewi., 2011, Analisis Pengaruh Akurasi, Ketepatan Waktu dan Relevansi Informasi Terhadap Kepuasan Pemakain Sistem Informasi ATEMIS On WEB di PT. Telkom MSC Area IV Jawa Tengah dan DIY, diakses 31 Maret 2017, [http://eprints.dinus.ac.id/2047/1/INDUSM- 2 \(INDU-MAKHBUB_2DWI_EKO_Udinus\).pdf](http://eprints.dinus.ac.id/2047/1/INDUSM- 2 (INDU-MAKHBUB_2DWI_EKO_Udinus).pdf).