

DAFTAR PUSTAKA

- Amijaya, Gilang Rizky. 2010. Pengaruh Persepsi Teknologi Informasi, Kemudahan, Resiko Dan Fitur Layanan Terhadap Minat Ulang Nasabah Bank Dalam Menggunakan Internet Banking. Fakultas Ekonomi. Universitas Diponegoro. <http://eprints.undip.ac.id/22558/> .
- Badir, Anik Lestari Andjarwati. 2020. The Effect Of Ewom, Ease Of Use And Trust On Purchase Decisions (Study On Tokopedia Application Users). Jurnal Minds: Manajemen Ide Dan Inspirasi. Vol.7, No.1.pp.39-52
- Basu Swastha dan Irawan. 2013. Manajemen Pemasaran Modern, Liberty, Yogyakarta.
- Basuki, R. 2011. Factor Determining Acceptance Level of Internet Banking Implementation. Journal of Economics, Business, and Accountancy.
- Bashar, Abu & Ahmad, Irshad (2012). Visual Merchandising and Consumer Impulse Buying Behaviour: An Empirical Study of Delhi & NCR, International Journal of Retail Management & Research (IJRMR). Vol 2, Issue 4 Dec. 31-41. TJPRC Pvt. Ltd.
- Chin, W. W. (1997). The Partial Least Squares Approach to Structural Equation Modeling. Dalam G. A. Marcoulides, Modern Methods For Business Research (hal. 295-336). London: Lawrence Erlbaum Associates.
- Chen, Long, and Albert Tsang. 2017. "CEO Tenure and Corporate Social Responsibility (CSR) Reporting." Working Paper. George Mason University
- Davis B Gordon ,1993, Kerangka Dasar Sistem Informasi Manajemen Bagian I, Jakarta; Pustaka Binaman Presindo.

- Davis, F.D. 1989. "Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology". *MIS Quarterly*. Vol. 13 No. 5: pp319-339.
- Donni Junni Priansa. (2017). *Perilaku Konsumen dalam Bisnis Kontemporer*. Bandung: Alfabeta
- <https://www.kominfo.go.id/>
- Harlan, Dwimastia. 2014. *Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan, Dan Risiko Persepsian Terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan EBanking Pada UMKM Di Kota Yogyakarta*. Skripsi. Universitas Negeri Yogyakarta.
- Hair, Jr et.al. (2014). *Multivariate Data Analysis (7th ed)*. United States : Pearson
- Hikmawati, N. 2015. *Pengaruh Word of Mouth terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Konsumen Produk Rabbani di Purworejo)*. Skripsi, tidak diterbitkan. Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Purworejo.
- Indriantoro, Nur, dan Supomo, Bambang. 2002. *Metodologi Penelitian Bisnis Untuk Akuntansi dan Manajemen*. Yogyakarta: BPFE.
- Jalilvand, Mohammad Reza dan Neda Samiei. 2012. *The Effect of Electronic Word of Mouth on Brand Image and Purchase Intention: An empirical study in the automobile industry in Iran*. *Marketing Intellegence & Planning*. Vol. 30 Iss:4.
- Jogiyanto, 2007. *Sistem Informasi Keperilakuan*. Edisi Revisi. Yogyakarta: Andi Offset
- Joesyiana, K. (2018). *THE EFFECT OF WORD OF MOUTH ON CONSUMER PURCHASING DECISIONS AT SHOPEE (ONLINE SHOP) IN PEKANBARU*. *VALUTA*, 4(1), 71-85.
- Kotler, dan Amstrong, 2000. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, Edisi Kesembilan Jakarta : Prentice Hall.

- Kotler, Amstrong. 2001. Prinsip-prinsip pemasaran, Edisi kedua belas, Jilid 1. Jakarta: Erlangga
- Kotler, Philip. 2005. Manajemen Pemasaran. Jilid 1 dan 2. Jakarta : PT Indeks Kelompok Gramedia
- Kotler, dan Armstrong. (2008). Prinsip – Prinsip Pemasaran. Edisi 12, Jilid . Jakarta : Erlangga
- Kotler dan Keller, (2012). Manajemen Pemasaran edisi ketigabelas jilid 1 dan 2 dialihbahasakan oleh Bob Sabran, Jakarta: Erlangga
- Laudon, Kenneth C., dan Jane P. Laudon, (2012). *Management System: Managing the Digital Firm Twelfth Edition*. New Jersey: Prentice Hall.
- Lee, C. dan G. Wan. 2010. “Including subjective norm and technology trust in the Technology Acceptance Model: a case of e-ticketing in China”. ACM SIGMIS Database, Vol 41, No.4 , p. 40-51.
- Maharani, Astri Dhiah, 2010. Analisis Pengaruh Kepercayaan dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah Tabungan Bank Mega Syariah Cabang Semarang (Skripsi), Semarang: Universitas Diponegoro Semarang.
- Malhotra, Naresh K. 2015 *Essentials of Marketing Research*. Harlow: Pearson Education Limited.
- Majid,A . (2014). Strategi Pembelajaran. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Mathieson, K. 1991. Predicting user intentions: Comparing the technology acceptance model with the theory of planned behavior. *Information System Research*. Vol. 21 (3) ; 173-191.
- Nugroho, B. (2006), Membuat Aplikasi Sistem Pakar dengan PHP dan My SQL dengan PHP dan MySQL dengan Editor Dreamweaver, Ardana Media, Yogyakarta

- Peter, J. Paul dan Jerry C. Olson. 2000. Consumer Behavior. Perilaku konsumen dan Strategi Pemasaran. Jilid 2. Edisi 4. Diterjemahkan oleh: Damos Sihombing. Jakarta: Erlangga.
- Priansa, Doni Junni. 2016. Pengaruh E-Wom dan Persepsi Nilai Terhadap Keputusan Konsumen Untuk Berbelanja Online Di Lazada. Universitas BSI. Jurnal Vol. 4 No. 1
- Rahardja R dan Nurrahmanto. 2015. "Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kenikmatan Berbelanja, Pengalaman Berbelanja Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Minat Beli Konsumen Di Situs Jual Beli Online BUKALAPAK.COM. Diponegoro Journal of Management, vol. 0, pp. 182-193
- Ramayah, T dan Ignatius, J. 2005. "Impact of Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use and Perceived Enjoyment on Intention to Shop Online" ICFAI Journal of Systems Management.
- Romla, S., & Ratnawati, A. (2018). Keputusan Pembelian Ecommerce Melalui Kemudahan Penggunaan, Kualitas Informasi Dan Kualitas Interaksi Layanan Web. Jurnal Ekonomi dan Bisnis, 19(1), 59-70
- Sabbir, Muhammad Rahman. 2013. An Empirical Study on Revealing the Factors Influencing Online Shopping Intention Among Malaysian Consumers. Journal of Human and Social Science Research, Vol 1, No 1, pp. 9-18
- Sanger, C. A. (2013). *The Effect Of Traditional And Electronic Word-Of-Mouth*
- Sari, N., Saputra, M. dan Husein, J. (2017). Pengaruh Electronic Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Online Bukalapak.com. Jurnal Manajemen Magister. 3(1), h: 96-106
- Sekaran, Uma dan Bougie, Roger. 2016. Research Methods For Business: A Skill Building Approach, 7th Edition. New Jersey: Wiley

- Setiadi. 2003. *Perilaku Konsumen: Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*. Kencana Prenada Media.
- Suharno. 2010. *Dasar-Dasar Kebijakan Publik*. Yogyakarta: UNY Press.
- Sugiyono. (2014) *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung : Alfabeta.
- Schiffman, Leon G. and Kanuk, Leislle Lazar, 2000. *Consumer Behavior*. Seventh Edition. USA :Prentice-Hall, Inc.
- Schiffman & Kanuk. 2004. *Perilaku Konsumen* (edisi 7). Jakarta: Prentice Hall.
- Tjiptono, Fandy. 2012. *Manajemen Jasa*. Edisi Keempat. Yogyakarta: Andi
- Thurau Hennig, Thorsten, Kevin P. Gwinner, Gianfranco Walsh, and Dwayne D. Gremler. 2004. "Electronic Word-of-Mouth via Consumer-Opinion Platforms: What Motivates Consumers to Articulate Themselves on the Internet?" *Journal of Interactive Marketing*, 18 (1): 38-52.
- Wijaya, T. dan Paramita, E. L. (2014). Pengaruh Electronic Word of Mouth (eWOM) Terhadap Keputusan Pembelian Kamera DSLR. *Jurnal Manajemen*. 18(3), h: 12-19.
- Yoon, M.H. 2002. Factors Affecting on Internet shopping mall Members' Relationship Quality. *Journal of MIS Research*. Vol. 12, No. 3, pp. 21-43.