

DAFTAR PUSTAKA

- Anggraeni, P. dan P. N. M. (2016). Pengaruh Kepercayaan Dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Pada Situs www.traveloka.com. *E-Proceeding of Management* :, 3(2), 1880–1887. Retrieved from <https://www.unisbank.ac.id/ojs/index.php/sendu/article/download/6054/1920>
- Apjii.or.id. (2018). Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia. Retrieved September 29, 2018. [Internet]. Tersedia di <https://apjii.or.id/content/read/104/348/BULETIN-APJII-EDISI-22---Maret-2018>.
- Basu Swastha DH dan T. Hani Handoko. (1987). *Manajemen Pemasaran, Analisa Perilaku Konsumen*, edisi Pertama, Liberty, Yogyakarta.
- Dailysocial.id. (2018). Report Online Travel Agencies (OTA) Survey 2018. [Internet]. Terdapat di <https://dailysocial.id/post/laporan-dailysocial-survey-online-travel-agencies-ota-2018/>.
- Dailysocial.id. (2018). Traveloka Jadi Situs Pemesanan Kamar Hotel dan Tiket Pesawat Terpopuler Menurut Survei Nusaresearch. [Internet]. Tersedia di <https://dailysocial.id/post/traveloka-populer-survei-nusaresearch>.
- Hafidzi, A. A. (2013). *PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi Kasus pada Swalayan Bravo di Kota Bojonegoro)*. Retrieved from <https://www.unisbank.ac.id/ojs/index.php/sendu/article/view/6054>
- Hardiawan, A. C. (2013). Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online (Studi Pada Pengguna Situs Jual Beli Online tokobagus.com). *Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, Dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembeli Secara Online*, 90 Halw]f. Retrieved from <http://eprints.undip.ac.id/42236/1/HARDIAWAN.pdf>.
- Jogiyanto. (2013). *Metodologi Penelitian Bisnis (Salah Kaprah dan Pengalaman-Pengalaman)*. Yogyakarta: BPF.
- Mauludiyahwati, Septi. (2017). *Pengaruh Kepercayaan, Keamanan, Kualitas Pelayanan Dan Persepsi Risiko Menggunakan E-Commerce Terhadap Keputusan Pembelian Online (Survei Pada Konsumen www.lazada.co.id)*. (December). Retrieved from https://eprints.uny.ac.id/49008/1/SeptiMauludiyahwati_12808144074.pdf
- Prabowo, N. S. D. dan R. E. (2018). *Performa Kualitas Produk, Persepsi Harga, Promosi, Dan Gaya Hidup Dalam Mempengaruhi Proses Keputusan Pembelian Minuman Isotonik (Studi Konsumen Minuman Isotonikdi Kota Semarang)*. (2016), 978–979. Retrieved from <https://www.unisbank.ac.id/ojs/index.php/sendu/article/download/6054/1920>

- Pradana, M. (2016). Klasifikasi Bisnis E-Commerce Di Indonesia. *Modus*, 27(2), 163. Retrieved from <https://doi.org/10.24002/modus.v27i2.554>
- Prof.Dr. Suryana, M. S. (2012). metodologi Penelitian. *Metodologi Penelitian Model Praktis Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif*, 243. Retrieved from <https://doi.org/10.1007/s13398-014-0173-7.2>
- Risdiyanto, A. (2014). *Pengaruh kualitas informasi, kualitas sistem, dan kualitas layanan terhadap kepuasan pengguna pada sistem informasi klinik skripsi*. Retrieved from [https://eprints.uny.ac.id/19740/1/Anggih Risdiyanto-0752024116.pdf](https://eprints.uny.ac.id/19740/1/Anggih%20Risdiyanto-0752024116.pdf)
- Saputri Ainun dan Nurhadi. (2015). *Pengaruh Keamanan, Kemudahan, dan Resiko Kinerja Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online di Tokopedia.com*. (1), 1–8. Retrieved from https://eprints.uny.ac.id/23040/1/AinunFikaBudiAjiSaputri_10408144038.pdf
- Sudjatmika, F. V. (2017). *Pengaruh Harga, Ulasan Produk, Kemudahan, Dan Keamanan Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Di Tokopedia.com Fransiska*. 5(1). Retrieved from <http://publication.petra.ac.id/index.php/manajemen-bisnis/article/view/5227>.

