

DAFTAR PUSTAKA

- Almana, Amal M dan Mizna, Abdulrahman (2013) The Impact of Electronic Word of Mouth on Customer'Puchasing Decisions. *International journal of computer application*. Vol 82 No.9
- Baskara, Isnain Putra Dan Hariyadi, Guruh Taufan (2014) Analisis Pengaruh Kepercayaan, Keamanan, Kualitas Pelayanan Dan Persepsi Akan Resiko Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Situs Jejaring Sosial (Social Networking Websites) (Studi Pada Mahasiswa Di Kota Semarang). *Skripsi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis*. Universitas Dian Nuswantoro
- Basalamah, F. M. 2010. Pengaruh Komunitas Merek terhadap Word of Mouth. *Bisnis & Birokrasi, Jurnal Ilmu Administrasi dan Organisasi*, 17(1), 79-89Maulana, Andhi (2015)
- Chang, Lu Yu, Lee, Yu je dan Huang, ching Lin (2010) The Influence of E-Word-Of-Mouth on the Consumer's Purchase Decision: a Case of Body Care Products. *The Journal of global bussiness management*. ISSN1817-3179
- Ferdiawan, Micho (2014) Sistem Informasi Penjualan Sepatu Wanita Pada Vincci Sepatu Berbasis Web. *Tugas Akhir D3 Teknik Informatika*. Fakultas Matematika Dan Ilmu Pengetahuan Alam Universitas Sumatera Utara Medan
- Hawkins, Del I. & Mothersbaugh, David L. (2010) *Consumer Behavior: Building Marketing Strategy*. Boston: McGraw Hill-Irwin.
- <http://www.solopos.com/2015/09/22/bisnis-online-inilah-10-e-commerce-terbesar-di-indonesia-645263>
- <https://www.maxmanroe.com/elevenia-ecommerce-pendatang-baru-di-indonesia.html>
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong (2010). *Principles of Marketing. 13th Edition*.Prentice-Hall, Inc. New Jersey.
- _____ dan Keller, Kevin P. (2012). *Marketing Management Fourteenth Edition*. New Jersey: Pearson Education

- Laudon dan Laudon. (2005) *Sistem Informasi Manajemen Mengelola Perusahaan Digital Edisi Delapan*. Diterjemahkan oleh Erwin Phillipus. Yogyakarta: Penerbit And
- Leeraphong, A., dan Mardjo, a. (2013) Trust and Risk in Purchase Intention through Online Social Network: A Focus Group Study of Facebook in Thailand, *Journal of Economics, Business and Management* Vol. 1, No. 4, pp. 314-318, 2013
- Ling, Kwek Choon., Chai, Lau Teck., and Piew, Tan Hoi (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, pp 63-70
- Mahkota, Andy Putra., Suryadi, Imam dan Riyadi (2014) Pengaruh Kepercayaan dan Keyamanan Terhadap Keputusan Pembelian *online*. Vol.8 No.2
- Maulana, Adhi (2015) Jumlah Pengguna Internet Indonesia Capai 88,1 Juta. Terbit 26 Maret 2015 (<http://tekno.liputan6.com/>). Akses 4 Oktober 2015.
- McLeod Pearson (2008) *Sistem Informasi Manajemen*. Salemba. Jakarta
- Mitra, Wyndo (2014) Data Statistik Mengenai Pertumbuhan Pangsa Pasar E-Commerce di Indonesia Saat Ini. Terbit 16 September 2014 (<http://startupbisnis.com/>) Akses 4 Oktober 2015
- Narwal, Mahabir & Kant, Ravi (2014) Role of E-commerce in Consumer decision Making. *International Journal of Research in Business Management*. ISSN(E): 2321-886X; ISSN(P): 2347-4572 Vol. 2, Issue 6,
- Nugroho, Adi (2006) *e-Commerce; Memahami Perdagangan Modern di Dunia Maya*. Bandung: Informatika Bandung
- Rofiq, Ainur (2007) Pengaruh Dimensi Kepercayaan (Trust) Terhadap Partisipasi Pelanggan E-Commerce. *Thesis S1*. Fakultas Ekonomi Universitas Brawijaya Malang
- Setiawan, Sakina Rakhma Diah (2014) Ketika Orang Indonesia Lebih Senang Belanja Online. Terbit 14 oktober 2014 (<http://bisniskeuangan.kompas.com/>) Akses 4 oktober 2015
- Sernovitz, Andi. 2009. *Word of Mouth Marketing*. New York: Kaplan.

Suhir, Moch., Suryadi, Imam Dan Riyadi (2014) Pengaruh Persepsi Risiko, Kemudahan Dan Manfaat Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online (Survei Terhadap Pengguna Situs Website www.kaskus.co.id). *Jurnal Administrasi Bisnis (Jab)* Vol. 8 No. 1

Tjiptono, Fandy (2005) *Pemasaran Jasa*, Malang: Bayumedia Publishing

Wong, Jony (2010) *Internet Marketing for Beginners*. PT Elex Media Komputindo. Jakarta.