

DAFTAR PUSTAKA

- Adityo, B. 2011. Analisis Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online di Situs Kaskus. *Skripsi*. Program Sarjana S1 Manajemen Universitas Diponegoro. Semarang
- Arum, D. L. 2013. Pengaruh Kepercayaan dan Kualitas Website Terhadap Sikap Pelanggan serta Dampaknya Terhadap Minat Beli Konsumen pada Toko Online “My Sorella”. *Skripsi*. Universitas Diponegoro. Semarang. (1): 19.
- Arwiedya, M. R. 2011. Analisis Pengaruh Harga, Jenis Media Promosi, Resiko Kinerja, Dan Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian Via Internet Pada Toko Online (Studi Kasus Pada Konsumen Toko Fashion Online yang Bertindak Sebagai Reseller Yang Ada Di Indonesia). *Skripsi*. Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro. Semarang.
- Ashar, F. 2015. Pengertian E-Commerce dan Contoh E-Commerce. <http://pengertianahli.id/2015/07/pengertian-e-commerce-dan-contoh-e-commerce.html>. 1 September 2018 (10.05)
- Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII). 2017. Penetrasi dan Perilaku Pengguna Internet Indonesia. <https://apjii.or.id/survei2017>. 17 April 2018 (23:30)
- Bohang, F. K. 2018. Berapa Jumlah Pengguna Internet Indonesia?. <https://tekno.kompas.com/read/2018/02/22/16453174/berapa-jumlah-pengguna-interne-indonesia>. 17 April 2018 (23:01)
- Danaswari, D. 2015. Instagram Sebagai Promosi Online Shop. *Paper*. Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Sebelas Maret. Surakarta
- Ghozali, Imam. 2007. *Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- _____. 2011. *Analisis Multivariate SPSS*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- _____. 2013. *Analisis Multivariate SPSS*. Edisi Ketujuh. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- Hermawan, R., A. 2014. Analisis Pengaruh Harga, Keragaman, Produk, dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian pada Toko Online “Namira Outlet”. *Skripsi*. Fakultas Ekonomi Bisnis Universitas Diponegoro. Semarang.

- Iswara, D. 2016. Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, Kualitas Informasi, dan Persepsi Akan Risiko Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Pengguna Media Sosial Instagram di Kota Yogyakarta). *Skripsi*. Program S1 Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Negeri Yogyakarta. Yogyakarta
- Kotler, P., dan Armstrong, G. 2008. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Edisi Kedua. Jilid I. Erlangga. Jakarta
- Mowen, J.C dan Minor, M. 2002. *Perilaku Konsumen*. Edisi Kelima. Jilid I. Erlangga. Jakarta. Hal 312
- Park, C., and Kim, Y., 2006. *The Effect Of Information Satisfaction and relational Benefit on Consumer Online Site Commitmentns*. Journal of Electronic Commerce in Organizations, 4 (1) Hal. 70-90
- Pratmayoga, A., A. 2016. *Pengaruh Kepercayaan, Keamanan, Kualitas Pelayanan dan Persepsi akan Resiko Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Jejaring Sosial Instagram (Studi Kasus pada Pengguna Online Shop Jejaring Sosial Instagram di Kota Malang)* 4(2): 1.
- Raman, A dan Annamalai, V. 2011. *(Web Serlices and e-Shopping Decisions A Study on Malaysian e-Cusumer, Winbis*. IJCA Special Issue on: Wireless Informational System Office. INTI International University Putra Nilai, Malaysia. Hal 54-60.
- Sari, A., C. 2015. Perilaku Berbelanja Online Di Kalangan Mahasiswa Antropologi Universitas Airlangga. *Jurnal Departemen Antropologi FISIP Universitas Airlangga* 4 (2): 208
- Schiffman, L. G. dan Kanuk, L., L. 2008. *Consumer Behavior*. Seven Edition Prestice Hall. New York. Terjemahan K. Zoelkifli. 2008. *Perilaku Konsumen*. Edisi ketujuh. Jilid 4. PT Indeks. Indonesia.
- Simamora, Bilson. 2018. *Membongkar Kotak Hitam Konsumen*. Cetakan ketiga. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta. Hal 15
- Shomad, A. C. 2013. *Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan dan Persepsi Risiko Terhadap Perilaku E- Commerce*. Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB Universitas Brawijaya. 1(2): 5-6
- Sugiyono. 2004. *Metode Penelitian Kombinasi*. CV Alfabeta. Bandung. Hal 64
- _____. 2012. *Memahami Penelitian Kualitatif*. CV Alfabeta. Bandung.
- _____. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. CV Alfabeta. Bandung.

- Sukma, A, A. 2012. Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Melalui Social Networking Website. *Jurnal Ekonomi Manajemen*. Hal. 4
- Tjiptono, F., dan Gregorius, C. 2012. *Pemasaran Strategik*. Jilid 2. CV Andi Offset. Yogyakarta. Hal. 315-319
- Tjiptono, F. 1997. *Strategi Pemasaran*. Edisi Kedua. CV Andi Offset. Yogyakarta. Hal. 23
- _____. 2008. *Pemasaran Strategik*. Edisi Ketiga hal. CV Andi Offset. Yogyakarta. Hal. 472-473
- Umar, H. 2003. *Metodologi Penelitian: Aplikasi Dalam Pemasaran*. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta. Hal. 150
- Wahyuningsih, S. 2016. Pengaruh Kepercayaan, Keamanan, Syariah Compliance, dan Persepsi akan Resiko Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Situs Jejaring Sosial. *Skripsi*. Program S1 Ekonomi Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo. Semarang. Hal. 2
- Wikipedia. 2018. Nike, Inc. https://id.wikipedia.org/wiki/Nike_inc. 19 Mei 2018. (15:21).
- Wordpress, Info Sepatu. 2014. Sejarah Berdirinya Perusahaan Nike. <https://infosepatu.wordpress.com/2014/04/13/sejarah-berdirinya-perusahaan-nike>. 19 Mei 2018 (15:21).