# DAFTAR PUSTAKA


[1] F. Facebook, “Lazada Indonesia,” Rocket Internet, Maret 2012. [Online]. Available: https://www.facebook.com/LazadaIndonesia.

[2] “Lazada Indonesia,” Rocket Internet, Maret 2012. [Online]. Available: https://twitter.com/search?q=lazada&src=tyah.

[3] K. R. Siregar, “Kajian Mengenai Penerimaan Teknologi dan Informasi Menggunakan Technology Acceptance Model (TAM),” *Rekayasa*, vol. 4, no. 1, pp. 27-32, 2011.

[4] P. Moh. Nazir, Metode Penelitian, Bogor: Ghalia Indonesia, 2011.

[5] P. D. Sugiyono, Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods), Bandung: Penerbit Alfabeta, 2013.

[6] S. Santoso, Structural Equation Modeling, Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2011.

[7] D. Wirdasari, “Teknologi E-Commerce Dalam Proses Bisnis,” *SAINTIKOM,* vol. 7, no. 2, pp. 324-335, 2009.

[8] Y. Y. Nazaruddin, Modul Pembelajaran SPSS, Jakarta: Pusat Data dan Statistik Pendidikan, 2014.

[9] T. I. Prihandini dan S. Sunaryo, “Structural Equation Modelling (SEM) dengan Model Struktural Regresi Spasial,” *Seminar Nasional Statistika Universitas Diponegoro,* 2011.

[10] F. Fahmi, H. Yozza dan I. R. HG, “Analsis Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Minat Berwirausaha Mahasiswa Dengan Teknik SEM,” *Matematika UNAND,* vol. I, no. 2, pp. 5-12.

[11] M. Syaifudin, “Analisis Pengaruh Privasi, Keamanan, dan Kepercayaan Terhadap Niat Untuk Bertransaksi Secara Online di OLX.co.id,” *Jurnal Manajemen Pemasaran, FEB Universitas Brawijaya*, pp. 1-16.

[12] J. Widiyanto, “SPSS For Windows,” *FKIP Universitas Muhammadiyah Surakarta*, 2012.

[13] A. R. Poetri, “Adopsi E-Commerce Dengan Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM),” *Universitas Sebelas Maret*, pp. 8-30, 2010.

[14] P. A. Pavlou, “Consumer Acceptance of Electronic Commerce: Integrating Trust and Risk with the Technology Acceptance Model,” *International Journal of Electronic Commerce*, vol. 7, no. 3, pp. 69-103, 2003.

[15] S. Novitasari dan Z. Baridwan, “Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Resiko, Persepsi Manfaat, dan Persepsi Kontrol Perilaku Terhadap Niat Penggunaan Sistem E-Commerce”.

[16] A. Sadiyoko, C. Tesavrita dan R. Kurniawan, “Increasing the Acceptance and Online Transaction of an Ecommerce Site Using Technology Acceptance Model,” *Proccedings of National Seminar on Applied Technology, Science, and Arts*, pp. 216-220, 2009.

[17] M. S. Featherman dan P. A. Pavlou, “Predicting e-service adoption: a perceived risk facets perspective,” *Human Computer Studies*, no. 59, pp. 451-474, 2003.

[18] T. Hendrawati, “Analisis Penerimaan Sistem Informasi Integrated Library System (INLIS),” *VISI PUSTAKA*, vol. 15, no. 3, pp. 153-164, 2013.

[19] A. Gunawan, “Aplikasi Technology Acceptance Model Pada Minat Nasabah Untuk Menggunakan Internet Banking,” *Nominal*, vol. III, no. 2, pp. 55-74, 2014.

[20] H. Prabowo, Darman dan E. Noegraheni, "Analisis Kepercayaan Dalam C2C E-Commerce Terhadap Keputusan Pembelian dan Dampaknya Terhadap Repurchase Pada Kaskus," *Binus Business Review*, vol. V, no. 1, pp. 301-314, 2014.

[21] A. C. Shomad, "Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, dan Persepsi Resiko Terhadap Perilaku Penggunaan E-Commerce," pp. 1-20.

[22] S. Azwar, "Reliabilitas dan Validitas," *Statistika Pendidikan*, p. 2, 2013.

[23] Besral, "Pengolahan dan Analisa Data-1 Menggunakan SPSS," *FKM UI*, 2010.

[24] U. Dachlan, Panduan Lengkap STRUCTURAL EQUATION MODELING, 1 penyunt., Semarang: Lentera Ilmu, 2014.

[25] S. Santoso, Structural Equation Modeling Konsep dan Aplikasi Dengan AMOS, Jakarta: PT. Elex Media Komputindo, 2007.