

DAFTAR PUSTAKA

- Agustini, Ni kadek D.A.A . 2017. *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Membeli Di Online Shop Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi Angkatan 2012*. **Journal jurusan pendidikan ekonomi**. Vol. 9, No. 1.
- Andarini, Muti dan Kurnia, Pepey. Riawati. 2014. *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Purchase Intention Fashion Luxury Brand Dalam Lingkungan Mahasiswi Universitas Kelas Atas Di Jabodetabek*. **Journal of Management and Business**. Vol. 11 No.1, Hal 2014: 70-83.
- Arikunto, Suharsimi. 2013. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatam Praktik*, Jakarta : Rineka Cipta.
- Arwiedya, Mohammad Ridzky. 2013. *Analisis pengaruh harga, jenis media promosi,, resiko kinerja, dan keragaman produk terhadap keputusan pembelian via internet pada online shop*. **Journal Manajemen Bisnis**. Vol. 8 No. 4, Hal 230-243.
- Azizah, Nurul., dan Dewi, Kusuma. 2016. *Pengaruh shopping orientation, online trust dan prior online purchase experience terhadap online purchase intenton (studi pada online shop hijabi house)*. Program Studi Administrasi Bisnis, Fakultas Komunikasi dan Bisnis, Universitas Telkom. Vol. 20 No. 2, Hal 127-140.
- Binalay, Andrew Gustnest, Mandey, S. L., dan Mintardjo, Christoffel M. O. 2016. *Pengaruh sikap, norma subjektif dan motivasi terhadap minat beli secara online pada mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis di manado*. **Jurnal EMBA**. Vol.4 No.1, Hal 395-406.
- Dewi, Ida A. M. L., dan Sulistyawati, Eka. 2016. *Pengaruh gaya hidup dan sikap etnosentrisme terhadap niat beli konsumen*. **Jurnal Manajemen Unud**. Vol. 5 No.8, Hal 5128-5154.
- Dewi, Ni P. R. A., dan Ardani, I Gusti A. K. S. 2016. *Pengaruh sikap, norma subjekti terhadap niat beli ulang produk fashion via online di kota Denpasar*. **Jurnal Manajemen Unud**. Vol. 5 No. 1, Hal 650-677.
- Dwipayani, Ni Made., dan Rahayuda, Ketut. 2016. *Pengaruh Sikap Dan Fashion Leadership Terhadap Niat Beli Online Remaja dikota Denpasar*. Jurnal Manajemen Unud. Vol. 5 No.6, Hal 3620-3646.
- Ghozali, Imam. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19*. Semarang : Penerbit Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

- Hasbun, Budiarto., dan Ruswanty, Endang. 2016. *Komperasi Antara Kelompok Yang Melihat Iklan dan Tidak Melihat Iklan Dengan Moderasi Brand Awareness Terhadap Niat Beli (Studi Pada Commuter Line)*. **Journal Of Business Studies. Vol. 2 No. 1. Hal 1-13.**
- Hasbullaha, Nurul Aqila., Abdullah Osmanb., Abdullahc, Safizal., Nizam, Salahuddind., Nor Faizzah Ramleec., and Hazalina Mat Sohac. 2016. *The Relationship of Attitude, Subjective Norm and Website Usability on Consumer Intention to Purchase Online: An Evidence of Malaysian Youth*. *Procedia Economics and Finance*. Vol. 35 **Hal 493 – 502.**
- Ibrahim, K.S and Mohammad. 2013. *Antecedent stirring purchase intetation of smartphone among adolescents in perlis*. *Internasional Journal Of Academic Research In Business And Social Sciences*. **Vol.3 No. 12. Hal 84-97.**
- Ivoni, Dzara., Santika, Wayan., dan Suryani, Alit. 2015. *Pengaruh persepsi harga, orientasi merek, dan orientasi belanja terhadap niat beli fashion online*. **Jurnal Manajemen Unud. Vol. 4 No. 4. Hal 898-911.**
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Edisi tiga belas. Jilid 1. Erlangga.
- Kotler, Philip. 2000. *Manajemen pemasaran: Analisis, perencanaan, implementasi dan pengendalian*, Salemba Empat. Jakarta.
- Leeraphong, Aand 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. Hal 314-318.**
- Mahkota, A.P., Suyadi, dan Riyadi. 2014. *Pengaruh Kepercayaan dan Kenyamanan terhadap Keputusan Pembelian Online*. **Jurnal Administrasi Bisnis. Universitas Brawijaya. Malang. Vol. 8 No. 2 Hal 1-7.**
- Mangkunega, A.A. Anwar Prabu. Edisi Refisi. 2008. *Perilaku Konsumen*. Bandung: Refika aditama.
- Nuraini. Ikka Septya dan Mudiantono. 2017. *Faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan serta dampaknya terhadap minat beli ulang situs traveloka (Studi pada konsumen Traveloka di kota Semarang)*. **Diponegoro Journal Of Management Vol.6 No. 4 Hal 2337-3792.**
- Nusarika, Luh Alviolita K., dan Purnami, Ni Made. 2015. *Pengaruh Persepsi harga, kepercayaan, dan orientasi belanja terhadap niat beli secara online (studi pada produk fashion online dikota Denpasar)*. **Jurnal Manajemen Unud. Vol.4 No. 8, Hal, 2380-2406.**

- Oetama, Seanewati., dan Muslimah, ayu. Mayda. 2017. *Pengaruh persepsi harga dan kepercayaan terhadap niat beli produk fashion secara online di kota sampit*. E-Jurnal Profit (**Jurnal Penerapan Ilmu Manajemen dan Kewirausahaan**) **Vol. 2 No. 2 hal, 111-123**
- Parastanti, Gadis Paramita., Kumadji, Srikandi., dan Kadarisman Hidayat., Kadarisma. 2014. *Pengaruh prior online purchase experience terhadap trust dan online repurchase intention (survey pada pelanggan zalora indonesia melalui website www.zalora.co.id)*. **Jurnal Administrasi Bisnis. Vol. 16 No. 1, Hal 1-7.**
- Purnomo, Albert Kurniawan. 2017. *Fashion Leadership, Sikap Positif Dan Damak Pada Minat Beli E-Commerce Fashion.*
- Rahmawati, Rahna M., Wahyudi, Handri dan Hariri, Afwan. *Pengaruh kepercayaan terhadap minat beli persepsi resiko pada transaksi jual beli online melalui media sosial (Studi pada mahasiswa SI Manajemen angkatan 2014).*
- Sangadji, Etta Mamang., dan Sopiiah. 2013. *Perilaku konsumen*. Penerbit Andi Yogyakarta. Yogyakarta.
- Schiffman, Leon., dan Kanuk, Leslie Lazar. 2008. *Perilaku konsumen*. Edisi Ketujuh. PT Macanan Jaya Cemerlang. Jakarta.
- Setiadi, Nugroho J. 2008. *Perilaku Konsumen: Konsep Dan Implikasi Untuk Strategi Dan Penelitian Pemasaran*. Edisi Ketiga. Kencana: Jakarta.
- Sugiarto. 2014. *Analisis pengaruh trust in online store, perceived risk, attitude toward online purchasing terhadap minat beli konsumen produk Fashion di Surabaya*. **Jurnal Ekonomi dan Bisnis.**
- Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung : Alfabeta.
- Simamora, Bilson. 2008. *Panduan Riset Perilaku Konsumen*. Jakarta : Gramedia Pustaka Utara
- Sujana, Kadek Ciptadi., Dan Suprapti , Ni Wayan Sri. 2016. *Peran kepercayaan dalam memediasi pengaruh kualitas situs terhadap niat konsumen untuk berbelanja di situs zalora*. **Jurnal Manajemen Unud. Vol. 5 No. 1, Hal 595-622.**
- Tugiso, Ilham., Haryono, Andi Tri., dan Minarsih, Maria M. 2016. *Pengaruh Relationship Marketing, Keamanan, Kepercayaan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Online Shop Dan Loyalitas Konsumen Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Online shop "Numira" Semarang)*. **Journal Of Management, Vol. 2 No.2, Hal 1-18.**

Utami, Ristianawati.D., Listyorini, Inon., dan Wijayanti, Lisis.E. 2016. *Pengujian Variabel yang Mempengaruhi Minat Beli secara Online*. **Jurnal manajemen Bisnis . Vol. 3 No. 2.**

Wibowo. 2015. *Perilaku dalam organisasi*. Raja Grafindo. Jakarta.

Zahra, Nadiastika Hayyuna., Suharyono., dan Yulianto., Edy.2016. *Pengaruh Kelompok Acuan Terhadap Sikap Dan Niat Pembelian Serta Dampaknya Pada Keputusan Pembelian (Survei pada Konsumen di Rumah Makan Kimbap Rina, Malang)*.**Jurnal Administrasi Bisnis. Vol. 37 No. 2, Hal 192-199.**

Zulfikar, Muhammad Rizky. 2015. *Pengaruh kepercayaan terhadap niat beli pada olx dengan sikap setuju sebagai mediasi*. **Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen. Volume. 4 No. 9, Hal 1-23.**

<https://dailysocial.id/post/idea-e-commerce-indonesia-2016/> diunduh senin, 23 Oktober 2017, 19.24

<https://inet.detik.com> diunduh sabtu, 06 januari 2018, 08.30

