

DAFTAR PUSTAKA

- Anwar, Rosian dan Wijaya Adidarma (2016). "Pengaruh Kepercayaan dan Risiko pada minat beli Belanja Online". *Journal Managemen dan Bisnis Sriwijaya* Vol. 14 No.2 Juni 2016, pp 155-168
- Arfianti, S. R. (2014). Pengaruh Citra dan Kepercayaan terhadap Loyalitas Nasabah melalui Kepuasan Nasabah. Semarang: Universitas Negeri Semarang. *Management Analysis Journal*, 3(2), 1–13
- Chen, N., Hung, Y., 2015, Online Shopping Orientation And Purchase Behavior for HighTouch Products, *International Journal of Electronic Commerce Studies*, Vol. 6, No. 2, hal 187-202.
- Ghozali, I. (2013). Aplikasi Analisis Multivariate dengan program IMBM SPSS 21. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Goyal R. 2014. A Study on purchase Intentions of Customers towards Selected Luxury Fashion Products with Special Reference to Pune Reigion [Skripsi]. Mumbai (IN). D.Y. Patil University
- Hasan, Ali. 2014. Marketing dan Kasus-kasus pilihan, Cetakan Kedua. Yogyakarta. CAPS (Center for Academic Publishing Service).
- Irawan, Faried Wijaya & M.N. Sudjoni, Pemasaran Prinsip Dan Kasus, BPFE, Yogyakarta, hal. 10.
- Kosasi, Sandy., 2015, Pembuatan Bisnis Toko Online Sebagai Peluang Usaha Menumbuhkan Pasar Global, Prosiding Seminar Ilmiah Nasional Teknologi Komputer (SENATKOM), Vol 1, 23 Oktober, hal 680-686.

- Li, Y., and Yang, R., 2014, New Business Model for Company to Win the Competition, American Journal of Industrial and Business Management, Vol. 4, hal 190-198.
- Miliza Ghazali, Buat Duit Dengan Facebook dan Instagram : Panduan Menjana Pendapatan dengan Facebook dan Instagram, (Malaysia: Publishing House, 2016), Hal. 8.
- M. Mursid. 2014. Manajemen Pemasaran, Jakarta : Bumi Aksara
- Nulufi, K., & Murwatiningsih. (2015). Minat Beli sebagai Mediasi Pengaruh Brand Image dan Sikap Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Batik di Pekalongan. Semarang: Universitas Negeri Semarang. Management Analysis Journal, 4(2), 129–141
- Sangadji Mamang Etta & Sopiha, 2013, Perilaku Konsumen, Penerbit Andi. Yogyakarta.
- Setiadi, N.J. (2013) Perilaku Konsumen. Jakarta: PT Kharisma Putra Utama.
- Sugiyono. (2013). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: CV Alfabeta.
- Sugiyono, (2014). Metode Penelitian Bisnis. Bandung: CV Alfabeta.
- Sugiyono. (2015). Metode Penelitian Kuantitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Sunyoto, Danang, 2014, Dasar-dasar Manajemen Pemasaran, cetakan pertama, Penerbit: CAPS, Yogyakarta.
- Wearesocial(2018). Global Digital Report 2018. Data diperoleh melalui situs <https://digitalreport.wearesocial.com/>. Diunduh pada 3 Maret 2019

- Xiaohui, G., Rong, G., JianYu, W., Chongning, H., 2014, Key Technology of Distributed E-Commerce System Architecture, Telkomnika Indonesian Journal of Electrical Engineering, Vol. 12, No.5, hal 3987-3993.
- Younus S, Rasheed F, Zia A. 2015. Identifying The Factors Affecting Customer Purchase Intention. Global Journal of Management and Business Research: A Administration and Management [Internet]. [diunduh 2018 Februari 14]. 15(2): 9-14. Tersedia pada www.globaljournals.org
- Yunita, M. (2018) Analisis Pengaruh Persepsi Masyarakat, Citra Perusahaan dan Pendapat terhadap Keputusan Menabung di Bank Syariah, Program Sarjana Ekonomi dan Bisnis Islam Program Sarjana Ekonomi. Semarang: Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Salatiga.