

### DAFTAR PUSTAKA

- Alkatiri, Suhailah. Dkk. (2017). *Pengaruh Daya Tarik Iklan dan Potongan Harga Terhadap Anwar, Rosian. dan Adidarma Wijaya. 2010. Pengaruh Kepercayaan dan Resiko Pada Minat Beli Belanja Online. Jurnal Manajemen dan Bisnis Sriwijaya. Vol.14, No. 2, 155-168.*
- Anwar, Rosian. dan Adidarma Wijaya. 2010. *Pengaruh Kepercayaan dan Resiko Pada Minat Beli Belanja Online. Jurnal Manajemen dan Bisnis Sriwijaya. Vol.14, No. 2, 155-168.*
- Arikunto, S. 2002. *Prosedur penelitian :Suatu Pendekatan Praktik (EdisiRevisi).* Jakarta: Rineka Cipta.
- Arista, E Desi.dan Sri Rahayu. (2011). *Analisis PengaruhIklan, Kepercayaan Merek, dan Citra Merek terhadap Minat Beli Konsumen. Vol. 13 No. 1ISSN 1693-928. Semarang: Universitas Diponegoro.*
- Azifah, Nurul dan Dewi Kusuma Citra. 2016. *Pengaruh shopping orientation, online trustdan prior online purchase experience terhadap online purchase intenton (studi pada online shop hijabi house). BINA EKONOMI. VOL. 20 No.2, 127-140.*
- Barnesh, James G. 2003, *Rahasia Manajemen Hubungan Pelanggan.* Andreas Winardi (penerjemah). Yogyakarta :Andi : 137-195.
- Baskara, Isnain Putra dan Guruh Taufan Hariyadi. 2014. *Analisis Pengaruh Kepercayaan, Keamanan, Kualitas Pelayanan dan Persepsi Akan Resiko Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Situs Jejaring Sosial (Social networking Websites).* Jurusan Manajemen. Fakultas Ekonomi. Universitas Semarang Dian Nuswantoro.

- Dewi, Utami Tanti dan Nugroho Ardi Nur Priyambodo. 2018. *Pengaruh Customer Experience Terhadap Customer Satisfaction Dan Customer Loyalty Institut Français Indonesia Di Surabaya*. Jurnal Teknologi dan Terapan Bisnis (JTTB). Vol.1, No.2. hal 28-38. ISSN: 2615-8817
- Effendy, Alvin Yeremia. dan YohanesSondang. (2013). *Pengaruh customer value proposition terhadap minat beli konsumen pada produk consumer pack premium barubogasari*.Jurnal manajemen pemasaran petra vol.1 no.2. Surabaya: Universitas Kristen Petra.
- Erwin dan sitinjak, R.J. Tumpal 2017. “*Kontribusi Kualitas Jasa, Kepercayaan dan Kepuasan Konsumen dalam Menciptakan Loyalitas Konsumen*”. Jurnal Manajemen. vol.13, hal:113-150. ISSN: 1907-0896.
- Fian Junai Al, Tri Yuniati. 2016. *Pengaruh dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Auto 2000 Sungkono Surabaya*. Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen. Vol 5. No.6. ISSN : 2461-0593.
- Haekal, Azwar. 2016. *Pengaruh Kepercayaan Dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Membeli Secara Online Pada Pengunjung Website Classifieds Di Inonesia*.Journal of Business Management and Enterpreneurship Education. Volume 1, Number 1, hal.181-193.
- Haryono steven dan brahmana karina ritzky. 2015. *Pengaruh Shopping Orientation, Social Influence, Dan System Terhadap Costumer Attitude Melalui Perceived Ease Of Use (Studi Pada Apple Store)*. Jurnal Manajemen Pemasaran Petra Vol. 3 No. 1.hal. 1-10

Hermawan, A. (2012). *Komunikasi Pemasaran*. (A. Maulana, Ed.). Jakarta: Gelora Aksara Pratama.

Insights, price. 05/07/2019. 2019, *Peta E-Commerce Indonesia*.  
<https://iprice.co.id/insights/mapofecommerce/>

Irawan, A. Pane, A. 2011. *Pengaruh Segmentasi Pasar terhadap Minat Belipada Perumahan Citra Garden Bandar Lampung*. *Jurnal Ilmiah Gema* Vol.1 No.2, 66-79.

Jogiyanto. 2007. *Sistem Informasi Keperilakuan*. Edisi Revisi. Yogyakarta: Andi Offset.

Kaskus. 09/08/2018. 2018, *3 Bulan Menunggu Pengembalian Dana Dari Shopee*.  
<https://www.kaskus.co.id/thread/5b6bcd2032e2e679378b456b/3-bulan-dan-sampai-sekarang-masih-menunggu-pengembalian-dana-dari-shopee/>

Katadata 08/09/2019. 2019. *Cetak Penjualan Rp. 54T Shopee E Commerce Terpopuler Di Asia Tenggara*  
<https://katadata.co.id/berita/2019/08/23/cetak-penjualan-rp-54-t-shopee-e-commerce-terpopuler-di-asia-tenggara>

Koeswara, Sonny. 1995 . *Pemasaran Industri (Industrial Marketing)*. Jakarta: Djambatan.

Kompas 18/09/2019. *80 Persen Konsumen Belanja Online Orang Muda dan Wanita*

<https://lifestyle.kompas.com/read/2018/03/22/155001820/80-persen-konsumen-belanja-online-orang-muda-dan-wanita?page=all>.

- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller (2007). *Manajemen Pemasaran*. (B. Sarwiji, Ed.) (12th ed.). Jakarta: mancanajayacemerlang.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller, 2008. *Manajemen Pemasaran*, Jilid 1, Penerbit Erlangga Jakarta.
- Kotler, Philip., & Armstrong, G. (2008). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. (A. Maulana, D. Barnadi, & W. Hardani, Eds.) (12th ed.). Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Kotler, Phillip dan Armstrong, Gary. (2016). *Principles of Marketing*. , Sixteenth Edition. New Jersey. Pearson Education Hall
- Kusuma, D.F., dan Septarini, B.G. (2013). Pengaruh Orientasi Belanja Terhadap Intensi Pembelian Produk Pakaian Secara *Online* Pada Pengguna *Online Shop*. Jurnal Psikologi dan Organisasi. Vol 02, no.1. hal : 1-10. Surabaya: Universitas Airlangga.
- Lamb, dkk. 2017. "*Principles of Marketing*", Cengage Learning, Boston.
- Lidyawatie. 2008. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Lili Karmela F & Jujun Junaedi . 2009. *Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Toserba Griya Kuningan*. Equilibrium. Vol.5, No.9, hal: 94-106.
- Ling, Kwek Choon et.al. (2010). *The Effects of Shopping Orientations, Online Trust and Prior Online Purchase Experience toward Customers' Online Purchase Intention*. International Business Research. Malaysia. Vol. 3, no3. Hal: 63-76. ISSN 1913-9004

- Mathwick, C., Malhotra, N. and Rigdom, E. (2001). ‘*Experiential value: Conceptualization, measurement and application in the catalog and Internet shopping environment*’, *Journal of Retailing*, vol.77, no.1. hal: 39-56.
- Meldarianda, R. dan Lisan, H. (2010). “Pengaruh Store Atmosphere terhadap Minat Beli Konsumen pada Resort Café Atmosphere Bandung”. *Jurnal Bisnis dan Ekonomi*. Vol. 17 (2) hal 97-108
- Mohmed, A.S., Imhmed, N.B.A., and Zalisham M.J. (2013). *The Impact of Trust and Past Experience on Intention to Purchase in E-Commerce*. *International Journal of Engineering Research and Development*, Vol. 7, No.10. hal : 28-35.
- Nasution, Riszky Fakhru muhammad dan Yasin Hanifa. 2014. *Pengaruh Promosi dan Harga terhadap Minat Beli Perumahan Obama PT.Nailah Adi Kurnia Sei Mencirim Medan*. *Jurnal Manajemen & Bisnis*, Vol. 14 No.02, Hal: 135-143, ISSN: 1693-7619.
- Nurrahmanto, Prasetyo Agus. 2015. *Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kenikmatan Berbelanja, Pengalaman Berbelanja dan Kepercayaan Konsumen terhadap Minat Beli Konsumen di Situs Jual Beli Online Bukalapak.com*. *Diponegoro Journal Of Management* Vol.4, No.2. Hal: 1-12.
- Nusarika kusuma alviolita luh dan purnami made ni. 2015. *Pengaruh Persepsi Harga, Kepercayaan, Dan Orientasi Belanja Terhadap Niat Beli Secara Online (Studi Pada Produk Fashion Online Di Kota Denpasar*.

E-Jurnal Manajemen Unud. Unud, Vol. 4, No. 8, hal :2380-2406.

ISSN: 2302-8912

Prastyaningsih, A. S., Suyadi, I., & Yulianto, E. (2014). *Pengaruh Customer Experience terhadap Repurchase Intention (Niat Membeli Ulang) (Survei pada Konsumen KFC Di Lingkungan Warga RW 3 Desa Kandangrejo, Kedungpring, Lamongan)*. Jurnal Administrasi Bisnis (JAB), vol.16, no.1 , hal:1–8.

Samuel, Hatane. 2006. *Dampak Respon Emosi Terhadap Kecenderungan Perilaku Pembelian Impulsif Konsumen Online dengan Sumberdaya yang Dikeluarkan dan Orientasi Belanja Sebagai Variabel Mediasi*. Vol 8. Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan. Surabaya: Universitas Kristen Petra.

Shopee. 10/01/2018. 2018, *Hati-Hati Yang Melakukan Transaksi di Luar Shopee*. <https://shopee.co.id/HATI-HATI-YG-MELAKUKAN-TRANSAKSI-DILUAR-SHOPEE-i.5496934.9236975588>

Shopee. 07/10/2019. 2019, *Promo Ori Nature Republic Aloe Vera 92 % Soothing Gel 300ml 100% Original*. <https://shopee.co.id/PROMO-ORI-Nature-Republic-Aloe-Vera-92-Soothing-Gel-300ml-100-Original-i.15842102.1929885403>

Simamora, Bilson. 2008. *Panduan Riset Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.

Suandana, N. P. W., Rahayuda, K., & Yasa, N. N. K. (2016). *Pengaruh Pengalaman Membeli Produk Fashion terhadap Niat Membeli*

*Kembali Melalui Kepuasan dan Kepercayaan Pelanggan. Jurnal Manajemen, Strategi Bisnis Dan Kewirausahaan, vol.10, no.1,hal: 85-97.*

Sugiyono, 2013. *Metode Penelitian Pendidikan*. Jakarta:ALFABETA

Schmitt, Bernd. 2010. *Experience Marketing: Concepts, Frameworks and Consumer Insights. Foundations and Trends in Marketing, Vol. 5. No 2. Hal: 55-112*

Thamrin. 2003. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Penerbit Andi.

Turban, Efraim et al. 2012. *Electronic Commerce: A Managerial Perspective. International Edition*. New Jersey: Pearson Prentice Hall.

Umar, Husein. 2008. *Riset Strategi Pemasaran*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

Vijayarathy, L.R., & Jones, J.M. (2000). Intention to Shop Using Internet Catalogues: Exploring the Effect of Product Type, Shopping Orientation and Attitude Toward Computers. *Journal of Electronic Market, vol 10. No.1,hal 29-38*