

DAFTAR PUSTAKA

- Kotler, P., & Keller, Kevin, L. 2008. *Manajemen Pemasaran*. (12th ed.). Jakarta: Indeks
- Kotler, Philip. 2003. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Kesebelas. Jakarta: PT. Indeks
- H. Nana Herdiana Abdurrahman dan Achmad Sanusi. 2015. *Manajemen Strategi Pemasaran*. Bandung: CV Pustaka Setia
- Kotler, P., & Armstrong, G. 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. (A. Maulana, D. Barnadi, & W. Hardani, Eds.) (12th ed.). Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Hermawan, A. 2012. *Komunikasi Pemasaran*. (A. Maulana, Ed.). Jakarta: Gelora Aksara Pratama.
- Swastha, Basu dan Irawan. 2001. *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty
- Suryani, Tatik. 2013. *Prilaku Konsumen di Era Internet "Implikasinya Pada strategi pemasaran"*. Edisi Pertama. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Ferrinadewi, Erna. 2008. *Merek dan Psikologi Konsumen*. Edisi Pertama. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Ling, K. C., Chai, L. T., & Piew, T. H. 2010. The Effects of Shopping Orientations, Online Trust and Prior Online Purchase Experience toward Customers' Online Purchase Intention. *International Business Research*, 3(3), 63–76. <https://doi.org/10.5539/ibr.v3n3p63>
- Sugiyono. 2008. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono, 2012. *Metode Penelitian Bisnis*. Cetakan ke-16, Penerbit Alfabeta, Bandung
- Kuncoro, Mudrajat. 2009. *Metode Riset untuk Bisnis dan Ekonomi*. Jakarta: Erlangga
- Wong, D. 2017. Pengaruh Ability, Benevolence Dan Integrity Terhadap Trust, Serta Implikasinya Terhadap Partisipasi Pelanggan E-Commerce: Studi Kasus Pada Pelanggan Ecommerce Di UBM. *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis FE-UNIAT*, 2(2), 155-168. ISSN: 2527 – 7502

- Gadis Paramita Parastanti, Srikandi Kumadji Dan Kadarisman Hidayat.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, 16(1), 1-7.
- Assegaf, Setiawan.2015. Pengaruh *Trust* (Kepercayaan) Dan *Online Shopping Experiences* (Pengalaman Berbelanja *Online*) Terhadap Perilaku Konsumen Dalam Berbelanja *Online*: Prespektif Konsumen Di Indonesia.Jurnal Aplikasi Manajemen, 13(3), 463-473
- Dian Novita Sari, Edwin Agung Wibowo Dan Sriwati. 2014 .Pengaruh Minat Konsumen Dan Citra Perusahaan Terhadap Keputusan Perbaikan Kapal Tongkang Pada Tahun 2012 Di Pt. Bandar Abadi Batam.Jurnal Prodi Manajemen, 1(1), 1-43. Print ISSN : 225252672
- I Made Arya Baskara Dan I Putu Gde Sukaadmadja. 2016 .Pengaruh *Online Trust* Dan *Perceived Enjoyment* Terhadap *Online Shopping Satisfaction* Dan *Repurchase Intention* Lazada Indonesia.E-Jurnal Manajemen Unud, 5(11), 7194-7224. ISSN: 2302-8912
- Tirajoh, Michael.2013. Motivasi, Persepsi Dan Harga Pengaruhnya Terhadap Animo Pembelian Produk Pada KFC Megamas Manado.Jurnal Emba, 1(4), 596-606. ISSN: 2303-1174
- Shinta Ayuningrum Dan Idris.2016.Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Pengalaman Sebelumnya, Kepercayaan Konsumen Dan Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Dalam Transaksi Belanja Online (Studi Pada Produk Fashion Di Area Semarang). *Diponegoro Journal Of Management*, 5(2), 1-10.ISSN: 2337-3806
- Nurul Azifah Dan Citra Kusuma Dewi. 2016. Pengaruh *Shopping Orientation*, *Online Trust* Dan *Prior Online Purchase Experience* Terhadap *Online Purchase Intention* (Studi Pada *Online Shop* Hijabi House).Jurnal Bina Ekonomi, 20(2), 127-140
- Prasetyo Agus Nurrahmanto Dan Rahardja. 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*, 4(2), 1-12.ISSN: 2337-3792
- Fachrizi Alwafi Dan Rizal Hari Magnadi. 2016. Pengaruh Persepsi Keamanan, Kemudahan Bertransaksi, Kepercayaan Terhadap Toko Dan Pengalaman Berbelanja Terhadap Minat Beli Secara Online Pada Situs Jual Beli

Tokopedia.Com. *Diponegoro Journal Of Management*, 5(2), 1-15.ISSN: 2337-3792

Pradipta, Octavia Hesti. 2015. Pengaruh Citra Merek, Periklanan Terhadap Minat Beli Konsumen Thermometer Onemed Di Surabaya. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 4(7), 1-15.

Rosian Anwar Dan Wijaya Adidarma. 2016.Pengaruh Kepercayaan Dan Risiko Pada Minat Beli Belanja Online. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Sriwijaya*, 14(2), 156-168.

Shabur Miftah Maulana, Heru Susilo Dan Riyadi.2015.Implementasi E-Commerce Sebagai Media Penjualan Online (Studi Kasus Pada Toko Pastbrik Kota Malang).*Jurnal Administrasi Bisnis*, 29(1), 1-9.

Hotlan Siagian Dan Edwin Cahyono.2014. Analisis *Website Quality*, *Trust* Dan *Loyalty* Pelanggan. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 8(2), 55-61. Doi: 10.9744/Pemasaran.8.2.55-61

Zulfikar, Muhammad Rizky.2015. Pengaruh Kepercayaan Terhadap Niat Beli Pada Olx Dengan Sikap Setuju Sebagai Mediasi. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 4(9), 1-23.

Dewi Irmawati.2011.Pemanfaatan *e-commerce* dalam Dunia Bisnis.*Jurnal Ilmiah Orasi Bisnis*, (vol.7), 95-112. ISSN:2085-1375

Bernd Schmitt.2010.Experience Marketing: Concepts, Frameworks and Consumer Insights. *Foundation and Trends in Marketing*, 5(2), 55-112. Doi: 10.1561/17000000027

Reza Eka Wardhana.2016.Pengaruh Customer Experience terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Intervening (Studi pada Konsumen Mie Rampok Tahanan Surabaya).*Jurnal Ilmu Manajemen*, 4(3), 1-9

<http://www.alexacom/> (diakses pada 28 Mei 2018, pukul 13.00 wib)

<http://www.katadata.co.id/> (diakses pada 30 Mei 2018, pukul 14.00 wib)

<http://www.rancahpost.co.id/> (diakses pada 30 Mei 2018, pukul 14.00 wib)

<http://www.liputan6.com/> (diakses pada 19 Juni 2018, pukul 17.00 wib)