

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Bonnie. (2016). *Exist or extinct*. Jakarta: Elex media komputindo.
- Eriyanto.(2011). *Pengantar Metodologi untuk Penelitian Ilmu Komunikasi dan Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: Paramedia Group.
- Ferrinadewi Erna. (2008). *Merek & Psikologi Konsumen*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Fitriah Maria. (2018). *Komunikasi Pemasaran Melalui Desain Visual*. Yogyakarta: CV Budi Utama.
- Kuncoro Mudrajat. (2011) *Metode Kuantitatif*. Yogyakarta: Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKN.
- Kuswanto Dedy. (2012). *Statistik Untuk Pemula & Orang Awam*. Jakarta: Laskar Aksara.
- Morissan. (2012). *Metode Penelitian Survei*. Jakarta: Prenamedia Group.
- Sagala Syaiful. (2013). *Etika & Moralitas Pendidikan*. Jakarta: Kencana.
- Sangadji Mamang Etta dan Sopiah. (2013). *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Andi.
- Morissan. (2012). *Metode Penelitian Survei*. Jakarta: Kencana.
- Sugiyono. (2009). *Metode Penelitian Pendidikan: Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Taan Hapsawati. (2017). *Perilaku Konsumen Dalam Berbelanja*. Yogyakarta: Zahr Publishing.
- Triyono Rachmat. (2017). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Depok: Papas Sinar Sinanti.

Jurnal

- Assegaff Setiawa. (2015). Pengaruh Trust (Kepercayaan) dan Online Shopping Experiences (Pengalaman Belanja Online) Terhadap Perilaku Konsumen Dalam Berbelanja Online. Jurnal aplikasi manajemen Vol. 13 No 3.
- Alwafi Fachrizi dan Magnadi Hari Rizal. (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 Vol.5, No 2: ISSN (Online): 2337-3792
- Foster Bob. (2017). Pengaruh pengalaman Belanja Online Produk Fashion terhadap kepuasan dan Niat Beli Ulang Pelanggan Zalora dan Berrybenka”. Volume 5 ISSN 2088-4877
- Hong. B Ilyoo dan Cha. S Hoon. (2013). The mediating role of customer trust in an online merchant in predicting purchase intention. International Journal of Information Management 26 September
- Laili Nur Indah, Arifin Rois dan Hufron M. (2018). Pengaruh word of mouth, pengalaman belanja online, persepsi kemudahan dan persepsi resiko terhadap minat belanja konsumen di situs jual beli online lazada. E-jurnal riset manajemen. H 22-23
- Ulumiyah Laily dan Harry Soesanto dengan judul. (2016). Analisis Pengaruh WOM, Pengalaman Belanja Online, Persepsi Kemudahan dan Persepsi Risiko terhadap Minat Belanja Online melalui sikap Belanja Online. Jurnal Sains Pemasaran Indonesia, Volume XV, No.2: ISSN 1412-8527
- Utami Putri Ruri dan Saputra Hendra dengan judul. (2017). Pengaruh harga dan kualitas produk terhadap minat beli sayuran organik di pasar sambas medan. Jurnal niagawan volme 6 no 2 ISSN 23017775
- Mahendra dayinta dan Idris. (2017). Pengaruh faktor atribut produk, persepsi nilai, dan pengalaman konsumen terhadap minat beli ulang yang dimediasi oleh kepuasan konsumen. Diponegoro journal of management, Volume 6, Nomor 4, Halaman 1-9 ISSN (Online): 2337-3792
- Mohmed Abdaislam, Azizan Binti Nurdiana dan Jali Zalisham Mohd. (2013). The impact of trust and past experience on intention to purchase in E-commerce. International journal of engineering research and development, Volume 7, No 10 ISSN 227800
- Nasermoadeli Amir, Ling Choon Kwek dan Maghnati Fashad. Evaluating the Impacts of Customer Experience on Purchase Intention. International

Ponte Bonson Enrique, Trujillo carvajal Elena dan Rodriguez Escobar Tomas. (2014). Influence of Trust and Perceived Value on The Intention to Purchase Travel Online. *Tourism Managemen*

Rafsandjani Firdian Rieza. (2018). Analyzing the Effect of Trust and Perceive Value on Purchase Intention. *Management and Economics Journal* ISSN 25993402

Rosdiana Riski dan Haris Akhmad Iyus. (2018). Pengaruh Kepercayaan Konsumen terhadap Minat Beli Produk Pakaian Secara Online. *International Journal of Social Science and Business*, Vol.2, No.3: P-ISSN 2614-6533

Samuel Hao Suan Lee, Balaji S.M dan Wei kok Khong. (2015). An Investigation of Online Shopping Experience on Trust and Behavioral Intentions. *Journal of Internet Commerce*

Internet

Dinda Audrine. *Lazada Nomor 1 Paling Banyak Dikeluhkan*. 19 Januari 2018. (<https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20180119144103-185-270193/yuki-lazada-nomor-1-paling-banyak-dikeluhkan>)

Kompas. Inilah Daftar E-Commerce Favorit Masyarakat Indonesia Versi MarkPlus Inc. 29 November 2018. (<https://biz.kompas.com/read/2018/11/29/115232728/inilah-daftar-e-commerce-favorit-masyarakat-indonesia-versi-markplus-inc>)

Lazada. Tentang Lazada. 2019 (<https://www.lazada.co.id/about>)

Putri Syifa Nurfadilah. *Konsumen Indonesia Butuh Pengalaman yang Menarik saat Berbelanja Online*. 05 Desember 2018. (<https://ekonomi.kompas.com/read/2018/12/05/053000926/konsumen-indonesia-butuh-pengalaman-yang-menarik-saat-berbelanja-online>)

Snapchart. Survei belanja online Indonesia 2018. 8 oktober 2018. (<https://snapcart.global/survei-belanja-online-indonesia-2018>)

Wicak Hidayat. *Pengguna Internet Indonesia Nomor Enam Dunia*. 24 November 2014. (https://kominfo.go.id/content/detail/4286/pengguna-internet-indonesia-nomor-enam-dunia/0/sorotan_media)

Yohana Artha Uly. *Nilai Transaksi Harbolnas 2018 Capai Rp 6,8 Triliun*. 19
Desember 2018.
(<https://economy.okezone.com/read/2018/12/19/320/1993619/nilai-transaksi-harbolnas-2018-capai-rp6-8-triliun>)