

## DAFTAR PUSTAKA

- Azifah, Nurul 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). Vol. 20 No 2. Fakultas Komunikasi dan Bisnis. Universitas Telkom.
- Binalay A.G., Mandey S.L., dan Mintardjo C.M.O., 2016. "Pengaruh Sikap, Norma Subjektif Dan Motivasi Terhadap Minat Beli Secara Online Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Di Manado". Jurnal EMBA.
- Dra Cicik Harini MM, Dheasey Amboningtyas SE, MM (2019). Analisis Personal Values Terhadap Shopping Orientation Pada Pengunjung Swalayan Ada Setiabudi Semarang. Jurnal Ekonomi dan Bisnis Kontemporer vol 2, no 2
- Gadis Paramita Parastanti, dkk (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 (JAB)|Vol. 16 No. 1
- Ikranegara, Dikla Purbayudya (2017) *Pengaruh Shopping Orientation, Kepercayaan Online, Dan Pengalaman Pembelian Terhadap Minat Beli Secara Online (Studi Kasus Pada Toko Online Bukalapak)*. S1 thesis, Fakultas Ekonomi.
- Kusuma, D. F., Septarini, B. G. (2013). Pengaruh *Shopping Orientation* Terhadap Intensi Pembelian Produk Pakaian Secara Online Pada Pengguna Online Shop. Jurnal Psikologi Industri dan Organisasi. Vol 02. No. 1. Februari 2013. 3-4
- Ling, Kwek Choon, Lau Teek Chai, and Tan Hoi Piew. 2010. The Effects of Shopping Orientations, Online Trust, Prior Online Purchase Experience toward Customers' Online Purchase Intention. International Business Research, Vol 3 No. 3 pp. 63- 75
- Lupiyoadi, Rambat dan Ikhsan, Ridho Bramulya. 2015. Praktikum Metode Riset Bisnis, Jakarta: Salemba Empat.

- Mirza Amin ul Haq (2017). Customer Perception On Online Purchase Intention: The Impact Of Online Shopping Orientations On Online Buying Intention. The Eurasia Proceedings of Science, Technology, Engineering dan Mathematics (EPSTEM) Volume 1, Pages 76-82. Iqra University.
- Nurhayati, w. W. M. (2012) 'Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Ulang Masyarakat Terhadap Produk Handphone', *jurnal unimus*, 8(2). doi: 10.1017/CBO9781107415324.004.
- Putu Yusi Pramandari, SE., ME, dkk (2016). Peranan Prior Online Purchase Experience Danonline Trust Terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan Online Shop Media Sosial Instagram. Jurnal Ilmu Manajemen Maharaswati, vol. 6, no. 1. Maharaswati University of Denpasar
- Sophia Imari, Permana Honeyta Lubis, Syafruddin Chan. 2017. Pengaruh *Shopping Orientation*, Kepercayaan Online Dan Pengalaman Pembelian Sebelumnya Terhadap Niat Pembelian Konsumen Secara Online Dengan Perbedaan Gender Sebagai Variabel Pemoderasi. Jurnal Jurnal Perspektif Manajemen dan Perbankan. Vol. 8 No 23. Universitas Syiah Kuala

Sumber Lainnya :

- APJII (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia). (2018). Survey Penetrasi dan Perilaku Pengguna Internet Indonesia. Diakses pada tanggal 28 Desember 2019 pada Pukul 14:39 WIB. <https://apjii.or.id/survei2018/download/3zkcUWB5KLNporYEVFR4A0tIuDZehf> /<https://www.apjii.or.id/>
- Iprice Insight. (2019) "Peta E-Commerce Indonesia". Diakses 29 Desember 2019 <https://iprice.co.id/insights/mapofE-commerce/>
- Google Play. 2020a. <https://play.google.com/>, diakses: 03.17, tanggal 15 November 2019.

Brimasatu.com (2020) “produk fashiin, kategori terlaris belanja online” diakses 8 januari 2020 <https://www.beritasatu.com/gaya-hidup/594382/produk-fesyen-kategori-terlaris-belanja-online>.

Forum Tokopedia. (2019) “Tokopedia Jadi Aplikasi Pertama Buatan Anak Indonesia yang Terpilih di “Android Excellence Apps *dan* Games” dari Google”. Diakses 29 Desember 2019. <https://www.tokopedia.com/blog/press-release-tokopedia-dapatkan-android-excellence-app-awards/>