

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmadi, Candra dan Dadang Hermawan. 2013. **E-bussiness dan E-commerce**. Denpasar: Penerbit Andi.
- Ali, Syukron. 2016. **Saatnya Revolusi Branding Lewat Instagram?** 15 Januari 2016. <http://swa.co.id/>
- Ardyato, Denni, et al. 2015. Pengaruh Kemudahan dan Kepercayaan Menggunakan E-commerce terhadap Keputusan Pembelian Online. **Jurnal Administrasi Bisis (JAB)** vol. 22, no.1, pp: 1-8.
- Bauboniene, Zivile dan Gintare Guleviciute. 2015. E-commerce Factors Influencing Consumers' Online Shopping Decision. **Social Technologies Journal** 5 (1), pp:74-81.
- Bhatt Babaraju. K. dan Seema A. Suryawanshi. 2014. The Study of Consumer's Perceived Risk Towards Men's Branded Apparel in Surat Region. **International Journal of Advanced Research in Management and Social Sciences**. Vol. 3, No.4, pp:148-154.
- Da Silva, Rui Vinhas dan Sharifah Faridah Syed Alwi. 2008. Online Brand Attributes and Online Corporate Brand Images. **European Journal of Marketing**, vol. 42,no. 9/10, pp: 1038-1058.
- de Chernatony, Leslie and George Christodoulides. 2004. Taking the brand promise online: Challenges and opportunities. **Interactive Marketing**, vol. 5, no. 3, pp: 238-251.
- Fatlahah, Aniek. Pengaruh Kualitas Produk Dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Es Krim Wall's Magnum. **Jurnal Ilmu Manajemen**, vol. 1, no. 2, pp: 472-485.
- Ferdinand, Augusty. 2013. **Metode Penelitian Manajemen**. Semarang:Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Fitria, Eva Melita. 2015. Dampak Online Shopdi Instagram dalam Perubahan Gaya Hidup Konsumtif Perempuan Shopaholic di Samarinda.eJournal **Ilmu Komunikasi**1(3) pp: 117-128

- Ghozali, Imam. 2008. **Model Persamaan Struktural Konsep dan Aplikasi dengan Program AMOS 16.0**. Semarang: Badan Penerbit Undip.
- Gunawan, Hananiel M. 2015. Studi Empiris Penentu Purchase Intention: Studi Kasus Situs Belanja Lazada. **Jurnal Gema Aktualita** vol.2, no.2, pp:86-90
- He, Binbin dan Christian Bach. 2014. Influence Factors of Online Shopping. **ISSN 2351-8014**, vol.2,no.2,pp: 313-320.
- Karimuddin, Amir. 2016. **Pengguna Aktif Instagram di Indonesia Capai 22 Juta**. <https://dailysocial.id>
- Katawetawaraks, Chayapa dan Cheng Lu Wang. 2011. Online Shopper Behaviour: Influences of Online Shopping Decision. **Asian Journal of Bussiness Research** vol.1, no.2,pp: 66-74.
- Kemp, Simon. **Are Millennials Deserting Facebook?** 20 September 2016. <http://wearesocial.com>.
- Keraf, Gorys. 2004. **Komposisi**. Jakarta: Nusa Indah.
- Khalidi, Fardil. 2015. **BMI Prediksi Belanja Online Tumbuh 57% Tahun 2015**. 23 Januari 2015. <http://swa.co.id/>
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2008. **Manajemen Pemasaran, Jilid 1**, Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Mujiyana, Inge Elissa. 2013. Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian via Internet pada Toko Online. **J@ti Undip** vol.VIII, no.3, pp:143-152.
- NN. 2015. **Mau Terkenal di Instagram? Jadi Selebgram!** www.celebgramme.com.
- NN. 2016. **Riset TNS: Generasi Terpelajar Dominasi Pengguna Instagram di Indonesia**. <https://dailysocial.id/>
- Nuseir, Mohammed T., et al. 2010. Evidence of Online Shopping: A Consumer Perspective. **International Review of Business Research Papers** vol.5, no.5, pp: 90-106.

- Novita, Disney Adelia, et al. 2015. Pengaruh Social Media Marketing Instagram terhadap Minat Khalayak ke Santa Modern Market. **Epigram** vol.12, no. 2, pp: 145-151.
- Peter, J. Paul dan Jerry C. Olson Terj: Diah Tantri Dwiandani, 2013, **Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran Edisi 9 Buku 1**. Salemba Empat. Jakarta.
- Rahayu, Ayu Suci dan Nur Hayati. **Pengaruh Citra Merek (Brand Image) dan Kesadaran Merk (Brand Awareness) terhadap Pengambilan Keputusan (Decision Making) Calon Mahasiswa STIE STAN Indonesia Mandiri Bandung**. Jurnal tidak dipublikasikan.
- Rahman, Muhammad Sabbir dan Bashir Hussain. 2014. Perceptual Differences of Older Customers' to Purchase from Online: Malaysian Perspective. **International Journal of Business and Society** vol.15, no.1, pp:171-190.
- Rahmawati, Siti Annisa dan Ibnu Widiyanto. 2013. Antecedent Keputusan Pembelian Online. **Diponegoro Journal of Management**, vol.2, no.3, pp: 1-11.
- Schiffman dan Kanuk. 2008. **Perilaku Konsumen**. Edisi 7. Jakarta: Indeks
- Sidharta, Iwan dan Boy Suzanto. 2015. Pengaruh Kepuasan Transaksi Online Shopping dan Kepercayaan Konsumen terhadap Sikap serta Perilaku Konsumen pada E-commerce. **Jurnal Computech & Bisnis**, vol.9, no.1, pp: 23-36
- Suhari, Yohanes. 2008. Keputusan Membeli Secara Online dan Faktor-faktor yang Mempengaruhinya. **Jurnal Teknologi Informasi DINAMIK** vol.XIII, no.2, pp: 140-146.
- Sukma, Abdurrahman Adi. 2012. Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Melalui Social Networking Websites. **Jurnal Ekonomi Manajemen**, pp: 1-11.
- Supriyadi, et al. 2016. Pengaruh Kualitas Produk dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian. **Jurnal Bisnis dan Manajemen**, vol. 3, No.1, pp:135-144

- Sutisna. 2001. **Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran**. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Umar, Husein. 2000. **Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen**. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Wahyuningtyas, Yunita Fitri dan Dyah Ayu Widiastuti. 2015. Analisis Pengaruh Persepsi Risiko, Kemudahan dan Manfaat terhadap Keputusan Pembelian Secara Online (Studi Kasus pada Konsumen Barang Fashion di Facebook). **Jurnal Kajian Bisnis**, vol.23, no.2, pp: 112-120.
- Wardani, Ni Made Shita Kusuma dan Saino. 2013. Pengaruh Citra Toko dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Online pada Ndy Shop. **Jurnal Ilmu Manajemen**, vol. 1, No. 2, pp: 433-452
- Widiyato, Ibnu dan Sri Lestari Prasilowati. 2015. Perilaku Pembelian Melalui Internet. **Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan**, vol.17, no.2, pp:109-122.
- Yeh, Yung Shao dan Yung-Ming Li. 2009. Building Trust in m-commerce: Contributions from Quality and Satisfaction. **Online Information Review**, vol. 33, no. 6, pp: 1066-1086.
- Yusnidar, et al. 2014. Pengaruh Kepercayaan dan Persepsi Risiko terhadap Minat Beli dan Keputusan Pembelian Produk Fashion secara Online di Kota Pekanbaru. **Jurnal Sosial Ekonomi Pembangunan tahun IV**, no.12, pp: 311-329.
- Zulastari, Dian Indah dan Aditya Wardhana. **Pengaruh Citra Merek bukalapak.com terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (studi pada komunitas bukalapak.com di indonesia)**. Jurnal tidak dipublikasikan.