

DAFTAR PUSTAKA

Sumber Buku

- Achmadi, Abu dan Narbuko, Cholid. 2013. *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Belch, George E., dan Michael A. Belch. 2003. *Advertising and Promotion: An Integrated Marketing Communication Perspective. 8th edition*. Boston: Mc Graw-Hill, Irwin.
- Effendy, Onong Uchjana. 2000. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung : PT. Remaja Rosda Karya.
- Gerungan, W. A. 2010. "*Psikologi Sosial*" .Bandung: PT Redika Aditama
- Ghozali, Imam. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- Hazim, Nurkholif. 2005. *Teknologi Pembelajaran*. Jakarta: UT PUSTEKOM.
- Istijanto, 2009. *Aplikasi Praktis Riset Pemasaran*, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Karimi, Sahar. 2013. *A purchase decision-making process model of online consumers and its influential factor a cross sector analysis*. University of Manchester, England
- Kotler, Philip. 2006. *Manajemen Pemasaran, Edisi Pertama*. Indonesia: PT. Indeks Kelompok. Gramedia.
- Morissan. 2013. *Teori komunikasi : Individu Hingga Massa*. Jakarta : Kencana.
- Mowen, John C. Dan Michael Minor. 2002. *Perilaku Pembelian Jilid I*. Jakarta: Erlangga.
- Schiffman dan Kanuk. 2004. *Perilaku Pembelian. Edisi 7*. Prentice Hall. Jakarta
- Setiadi, Nugroho J. 2013. *Perilaku Pembelian (Edisi Revisi)*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Bisnis*. Cetakan Ketigabelas. Bandung: Alfabeta.
- Sumarwan, Ujang. 2011. *Perilaku Pembelian*. Bogor: Ghalia Indonesia.

- Wong, Jony. 2010. *Internet Marketing for Beginners*. Elex Media Komputindo: Jakarta.
- West, Turner. 2014. *Introducing Communication Theory, Fifth Edition*. New York: McGraw-Hill Education.

Sumber Internet

- Beritasatu.com. 2015. <http://www.beritasatu.com/ekonomi/311457-nielsen-metode-iklan-mulut-kemul-ut-paling-dipercaya-di-asean.html>. Diakses pada Jumat, 2 Oktober 2015 pukul 16:21 WIB.
- CupoNation. 2019. <https://ekonomi.kompas.com/read/2018/09/07/164100326/jumlah-pembelionline-indonesia-capai-119-persen-dari-populasi>. Diakses pada Kamis, 5 September 2019 pukul 17.00 WIB.
- Data iPrice. 2019. <https://id.techinasia.com/peta-ecommerce-indonesia-q1-2019>. Diakses pada Kamis, 5 September 2019 pukul 17.05 WIB).
- Elizabeth, Marlina. 2016. <http://swa.co.id/swa/my-article/memahami-perilaku-belanja-online>. Diakses pada tanggal 2 September 2016.
- Hootsuite Platform Media Sosial. 2019. <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2019/>. Diakses pada Selasa, 24 September 2019 pukul 16.57 WIB
- Managing Director Southeast Asia and Emerging Markets Experian Asia Pacific Dev Dhiman. <https://www.liputan6.com/tekno/read/3570893/belanja-online-semakin-nyaman-aksi-penipuan-kian-bergentayangan>. Diakses pada Kamis, 28 Juni 2018 pukul 08.00 WIB.
- Nielsen. 2015. <http://www.nielsen.com/ug/en/press-room/2015/recommendations-from-friends-remain-most-credible-form-of-advertising.html>) diakses pada Jumat, 2 Oktober 2015 pukul 16:21 WIB
- Nurjanah, A.; Widyasari, W.; dan Yulianti, F. (2016) *Public Relations dan Media Relations: Kajian Kritis Budaya Amplop pada Media Relations Institusi Pendidikan Tinggi di Yogyakarta*. URL: <http://repository.umy.ac.id/bitstream/handle/123456789/1388/PNLT2226.pdf?sequence=2&isAllowed=y>, diakses 18 November 2017.
- TrustKlik.com. <https://www.trustklik.com/seberapa-pentingkah-ulasan-pelanggan-untuk-bisnis-online-infographic/>.

Yayasan Lembaga Pembelian Indonesia (YLKI). 2012. https://kominfo.go.id/index.php/content/detail/1892/E-Commerce+Pemerintah+Didesak+Terbitkan+Aturan+Perlindungan+Pembelian/0/sorotan_media. Diakses pada Selasa, 24 April 2012 pukul 11.00 WIB.

Sumber Jurnal

- Anwar, Rosian dan Adidarma, Wijaya. 2016. *Pengaruh Kepercayaan dan Risiko Pada Minat Beli Belanja Online*. Jurnal Manajemen dan Bisnis Sriwijaya Vol. 14 No.2 Juni 2016
- Hartatin dan Simanjuntak. 2016. *The Effect of Value and Kelompok rujukan on Young Consumer's Hedonic Buying*. Journal of Consumer Sciences E-ISSN: 2460-8963, Vol. 01, No. 01, 33-46.
- Hoonsopon, Danupol dan Wilert Puriwat. 2016. The Effect of Kelompok rujukans on Purchase Intention: Evidence in Distinct Types of Shoppers and Product Involvement. *Australasian Marketing Journal*, hal. 157-164.
- Indayani, Lilik. 2016. *Pengaruh Kelompok rujukan dan Brand Awareness Terhadap Buying Interest Smartphone” pada Galery Erafone (Giant Suncity Sidoarjo)*. Seminar Nasional Ekonomi Bisnis & Call for Papers© 2016 Fakultas Ekonomi dan Bisnis UMSIDA, ISSN: 2528-3812.
- Rianto, Puji. 2016. *Media Baru, Visi Khalayak Aktif dan Urgensi Literasi Media*. Jurnal Komunikasi Universitas Islam Indonesia. Vol. 01 (02). 2016. 90-96.
- Salangka *et al.* 2017. *Pengaruh Kelompok Rujukan dan Brand Image Terhadap Minat Beli Smartphone*. Jurnal EMBA. ISSN 2303-1174.
- Saragih *et al.* 2012. *Pengaruh Intensi Pelanggan dalam Berbelanja Online Kembali Melalui Media Teknologi Informasi Forum Jual Beli (FJB) Kaskus*. Journal of Information Systems, Volume 8, Issue 2, October 2012.
- Syifa *et al.* 2014. *Pengaruh Keluarga dan Kelompok Referensi Terhadap Keputusan Pembelian Membeli Kosmetika Khusus Pria (Studi Kasus Merek NiveaMendi Kota Pekanbaru)*. Jurnal Faculty of Economics Riau University. JOM Fekon Vol. 1 No. 2 Oktober 2014.
- Tanca, Jhenika Tiara dan Lestari, Sri Budi. 2018. *Pengaruh Terpaan Iklan Shopee Di Televisi dan Interaksi Kelompok rujukan Terhadap Minat Bertransaksi Secara Online*. Jurnal Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik. UNDIP.

