

DAFTAR PUSTAKA

- Azizah, N., dan Dewi, C.K. (2016). Pengaruh *Shopping Orientation*, *Online Trust* dan *Prior Online Purchase Experience* terhadap *Online Purchase Intention* (Studi Pada *Online Shop Hijabi House*). Jurnal Ekonomi. Volume 20 No. 2
- Kusuma, D.F., dan Septarini, B.G. (2013). Pengaruh Orientasi Belanja Terhadap Intensi Pembelian Produk Pakaian Secara *Online* Pada Pengguna *Online Shop*. Vol 02. Jurnal Psikologi dan Organisasi. Surabaya: Universitas Airlangga.
- Ling, Kwek Choon et.al. (2010). *The Effects of Shopping Orientations, Online Trust and Prior Online Purchase Experience toward Customers' Online Purchase Intention*. Vol 3. International Business Research. Malaysia.
- Pamungkas, Y.F.C. (2014). Pengaruh Orientasi Pembelian, Kepercayaan, Dan Pengalaman Pembelian *Online* Terhadap Minat Beli *Online*.
- Sophia. (2014). Pengaruh Orientasi Belanja, Kepercayaan *Online*, dan Pengalaman Pembelian Sebelumnya terhadap Minat Beli Pelanggan Secara *Online* pada Mahasiswa/i Fakultas Ekonomi Universitas Syiah Kuala.
- Suryani, Tatik. (2013). Perilaku Konsumen di Era Internet. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. (2008). Prinsip-prinsip Pemasaran. Edisi 12 Jilid 1. Jakarta: Erlangga.

- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. (2008). Prinsip-prinsip Pemasaran. Edisi 12 Jilid 2. Jakarta: Erlangga.
- Kusuma, D.F., dan Septarini, B.G. (2013). Pengaruh Orientasi Belanja Terhadap Intensi Pembelian Produk Pakaian Secara *Online* Pada Pengguna *Online* Shop. Vol 02. Jurnal Psikologi dan Organisasi. Surabaya: Universitas Airlangga.
- Seock, Yoo-Kyoung. (2003). *Analysis of Clothing Website for Young Consumer Retention Based on A Model of Consumer Relationship Management via Internet*. Unpublished dissertation. Faculty of the Virginia Polytechnic Institute and State University.
- Simamora, Bilson. (2008). Panduan Riset Perilaku Konsumen. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Sugiyono. (2006). Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. Bandung: CV. Alfabeta.
- Utama, L., dan Yuniarwati. (2014). Pengaruh Merek, Kepercayaan Dan Pengalaman Terhadap Minat Konsumen Dalam Melakukan Transaksi Secara *Online*. Jurnal Ekonomi/Volume XXI, No. 03, November 2016: 420-435.
- Suyanto, M. (2003). *E-Commerce Perusahaan Top Dunia*. Yogyakarta: Andi.
- Internet :
- APJII. (2017). *Pengguna Internet di Indonesia*. Dipetik Mei 2019, dari apjii.or.id.

APJII. (2018). *Platform E-Commerce Paling Sering Dikunjungi di Indonesia*.

Dipetik Mei 2019, dari apji.or.id.

Wikipedia. (2018, Desember). *Pengertian Shopee*. Dipetik Januari 2019, dari

id.wikipedia.org.