

## DAFTAR PUSTAKA

- Ahmadi, Candra dan Hermawan, Dadang. (2013) *E-Bussiness & E-Commerce*. Jakarta : CV Andi Offset. 2013.
- Cahyo, Yustinus F. (2014). *Pengaruh Orientasi Pembelian, Kepercayaan dan Pembelian Online Terhadap Niat Beli Online*
- Chen, Chun-An, “Information-Oriented Online Shopping Behavior in Electric Commerce Environment”, *Journal of Software*, vol. 4, No. 4, 2009.
- Creswell, John W. (2010). *Research Design Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan Mixed*. Yogyakarta : Pustaka Pelajar.
- Japarionto, Edwin dan Sugiarto, Sugiono. (2011). *Dampak Respon Emosi Terhadap Kecenderungan Perilaku Pembelian Impulsif Konsumen Online dengan Sumberdaya yang Dikeluarkan dan Orientasi Belanja Sebagai Variabel Mediasi*
- Kurniawan, Albert (2013). *Aplikasi SPSS untuk SMART Riset*. Bandung: Alfabeta.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller, 2008, *Manajemen Pemasaran (Edisi Ketiga Belas)*, Jakarta: PT Indeks
- Kwek et al., “Investigating the Shopping Orientations on Online Purchase Intention in the e-Commerce Environment: A Malaysian Study”, *Journal of Internet Banking and Commerce*, August, Vol.15, No.2, 2010

- Maholtra, Naresh K. (2010). *Riset Pemasaran (Marketing Research)* (Edisi 4 Jilid 1). New Jersey, Indonesia: PT.Indeks.
- Murti, Astri K. (2012) *Analisis Pengaruh Orientasi Pembelian Terhadap Minat Pembelian Online Studi Kasus: Rajakarcis.com*. Jakarta
- Musriha. (2010). *Pengaruh Perilaku Pembelian Hedonic dan Utilitarian terhadap Store loyalty di Matahari Department Store Surabaya*
- Nisa, Gita C. (2013). *Belanja dan Gender Differences Terhadap Pencarian Informasi Online dan Belanja Online* (Studi Kasus pada Mahasiswa/i UIN Syarif Hidayatullah Jakarta)
- Noor, Juliansyah. ( 2011). *Metode Penelitian*. Jakarta: PT Bhuana Ilmu Populer
- Prabowo dan Suwarsi, “*Pengaruh Shopping Orientations dan Gender Differences pada Online Information Search dan Online Purchase*”, Fokus Manajerial, Vol. 7, No. 2, 2009
- Riduwan. (2010). *Metode dan Teknik Menyusun Tesis*. Bandung. Alfabeta.
- Sari, Viranti M. (2012). *Pengaruh Elektronik Word of Mouth (eWOM) di social media twitter terhadap minat beli konsumen (studi pada restoran Holycowsteak)*
- Sampitri, Debby E. (2011) *Pengaruh Terpaan Iklan Televisi dan Persepsi Merek Terhadap Minat Beli (Studi Pada Produk Blackberry Di kalangan Mahasiswa FISIP UPN Yogyakarta)*

- Samuel, Hatane. (2006). *Dampak Respon Emosi Terhadap Kecenderungan Perilaku Pembelian Impulsif Konsumen Online dengan Sumberdaya yang Dikeluarkan dan Orientasi Belanja Sebagai Variabel Mediasi*
- Schiffman, Leon dan Leslie Lazar Kanuk. 2008. *Perilaku Konsumen (Edisi ketujuh)*. Cetakan keempat. Jakarta:PT Indeks.
- Seock dan Bailey, “*The Influence of College Students’ Shopping Orientations and Gender Differences on Online Information Searches and Purchase Behaviours*”, *International Journal of Consumer Studies*, 2008
- Siregar, Syofian. 2013. *Statistik Parametrik untuk Penelitian Kuantitatif*. Jakarta.PT. Bumi Aksara
- Sugiyono, (2008). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono, (2010). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono, (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono, (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung : Alfabeta.
- Suhartini (2013). *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Motif Belanja Secara Online Di Komunitas Kaskus Semarang*. Perpustakaan Universitas Diponegoro

Suliyanto. (2012). Orientasi Berbelanja Pakaian di Distro

Sunjoyo, dkk. (2013). Aplikasi *SPSS untuk Smart Riset (Program IMB SPSS 21.0)*.  
Bandung : Alfabeta.

Sunyoto, Dadang. 2011. *Analisis Regresi dan Uji Hipotesis*. Yogyakarta: CAPS.

Tjiptono, Fandy,(2007). *Pemasaran Jasa*. Malang: Bayumedia Publishing

Wang, et al., “*Journal of Theoretical and Applied Electronic Commerce Research: Shopping Online or Not? Cognition and Personality Matters (Online)*”, Vol 1, No. 3, 2006

[www.APJII.com](http://www.APJII.com)

[www.merdeka.com](http://www.merdeka.com)

[www.kompas.com](http://www.kompas.com)

[www.techinasia.com](http://www.techinasia.com)

[www.tokopedia.com](http://www.tokopedia.com)

# LAMPIRAN