

DAFTAR PUSTAKA

- Agustini. 2017. Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Membeli di Online Shop. *Ejournal Jurusan Pendidikan Ekonomi Vol: 9 No: 1 Tahun: 2017* Arwiedya, M., 2011, Analisis Pengaruh Harga, Jenis Media Promosi, Resiko Kinerja, dan Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian Via Internet pada Toko Online. *Skripsi. Universitas Diponegoro Semarang*
- Basu Swastha. 2002. Manajemen Pemasaran. Edisi Kedua. Cetakan Kedelapan. Jakarta: Penerbit Liberty.
- Bilson, Simamora. (2001). Memenangkan Pasar dengan Pemasaran Efektif dan Profitabel. Edisi pertama. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama
- Djohanputro, Bramantyo, 2008. Prinsip-Prinsip Ekonomi Makro, Jakarta: Penerbit PPM.
- Fandy Tjiptono. 2008. Strategi Pemasaran. Edisi 3. Yogyakarta: Andi Offset
- Featherman, M., and Pavlou P. “Predicting e-services adoption: A perceived risk facets perspective. Inj. DeGross (ed.)”, *Proceedings of the Eighth Americas Conference on Information Systems. New York: ACM, 2002, pp.*
- Ferdinand, Augusty. 2006. *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian untuk Penulisan Skripsi, Tesis, dan Disertasi Ilmu Manajemen*, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- Ferreira, K, J., Lee, B, H, A., Simchi-Levi, D. 2015. “Analytics for an Online Retailer: Demand Forecasting and Price Optimization”. *The International Journal of Flexible Manufacturing Systems 10 407–430*
- Ghozali, Imam. 2001. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Peneliti Universitas Diponegoro.
- Hanafi, Mamduh M. 2006. Manajemen Risiko. Yogyakarta: UPP STIM YKPN
- Hermawan, H. 2017. Sikap Konsumen Terhadap Belanja Online. *Jurnal, Volume 16 No. 1, Juni 2017, hlm. 136 – 147*
- Jarvenpaa, S. And Noam, T. (1999). “Consumer Trust in an Internet Store: A Cross -Cultural Validation”, *Journal of Computer-Mediated Communication, 5(2)*

- Katawetawaraks and Lu Wang. 2011. "Online Shopper Behavior: Influences of Online Shopping Decision". *Asian Journal of Business Research Vol. 1, Number 2, 2011*
- Kim J. Dan, Donald L. Ferrin, H. Raghav Rao. 2008. *A Trustbased consumer Dicesion Masking Model in Electronic Commerce: The Role of Trust, Precivied Risk, and Their Antecedents*. *Dicision Support System* 44
- Ko, H., Jung, J., Kim, J., & Shim, S.W 2004. Cross-cultural Differencein Perceived Risk of Online Shopping. *Journal of Interactive Advertising*, 20-29.
- Kotler dan Amstrong. 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jilid 1 dan 2. Edisi 12. Jakarta: Erlangga
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2012. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi 13 . Erlangga. Jakarta
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane. (2004), *Manajemen Pemasaran 2*, Edisi Milenium, Jakarta: PT. Ikrar Mandiri
- Kuncoro, Mudrajad. (2013). *Metode Riset untuk Bisnis dan Ekonomi*, edisi 4. Penerbit PT Erlangga, Jakarta
- Mankiw, N. Gregory (2003). *Teori Makroekonomi Edisi Kelima*. Terjemahan. Jakarta: Penerbit Erlangga
- Mankiw, N. Gregory, 2007. *Makroekonomi*. Edisi Keenam. Jakarta: Erlangga.
- Maignan, I., & Lukas, B. A. (1997). *The Nature and Social Uses of the Internet : A Qualitative Investigation*. *Journal of Consumer Affairs*, 346-371.
- Mujiyana, Elissa.I. 2013. Analisis Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Via Internet Melalui Toko Online. *Jurnal Undip, Vol VIII, No 3, September 2013*
- Notoatmodjo, S, 2005, *Promosi kesehatan teori dan Aplikasi*, Jakarta : PT Rineka Cipta
- Pitaloka, Widyawati. 2015. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Promosi Terhadap Penjualan Online Shop Busana Muslim. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen Volume 4, Nomor 7, Juli 2015*
- Samuelson, Paul A. dan William D. Nordhaus, 2001. *Macroeconomics*. Seventeenth Edition. McGraw-Hill Higher Education.
- Salvatore, Dominick, 2006. *Mikroekonomi Edisi Empat*. McGraw-Hill, Inc. New York.

Saputro, Handayani S. 2016. Pengaruh Hedonis Pada Niat Belanja Online. *Jurnal Vol. 1 No. 1 Maret 2016*

Shanti, R., Kannaianh, D. 2015. "Consumers' Perception on Online Shopping". *Journal of Marketing and Consumer Research Vol.13, 2015*

Sudarman Ari, 1989, *Teori Ekonomi Mikro*, Edisi Ketiga, Jilid 1, BPFE, Yogyakarta

Sugiyono, 2001. *Metode Penelitian*, Bandung: CV Alfa Beta.

Suryana. (2001). *Kewirausahaan*. Jakarta: Salemba Empat.

Sukirno, Sadono. 2000. *Makroekonomi Modern*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.

Tjiptono, Fandy. 2010, *Strategi Pemasaran*, Edisi 2, Andi Offset, Yogyakarta

T.Gilarso. 2007. *Pengantar Ilmu Ekonomi Makro*. Edisi Pertama. IKAPI. Yogyakarta

Widiyanto I, Prasilowati. 2015. Prilaku Pembelian Melalui Internet. *Jurnal Manajemen dan Keuangan, Vol. 17, No. 2, September 2015, 109–112*

Wijaya, Sutapa. N. 2014. Faktor-Faktor Penentu Dalam Berbelanja Secara Online. *Jurnal Titra, Vol. 2, No. 1, Januari 2014, pp. 23-28*

Wijaya, Teguh. 2012. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli di Online Shop *Specialis Guess. Jurnal Riset Manajemen Bisnis, Volume 7, No.2*

Zebua, A.S, Nurdjayadi, R.D. 2001. Hubungan antara Konformitas dan Konsep Diri dengan Perilaku Konsumtif pada Remaja Putri. *Jurnal Ilmiah Psikologi Terapan: Phronesis. Vol. 3, No. 6*

<https://databoks.katadata.co.id>. Diakses pada 15 Mei 2018

<https://girlycious09.wordpress.com/tag/kurva> diakses pada 15 Mei 2018

<https://slemankab.bps.go.id> diakses pada 30 Mei dan 8 Agustus 2018

<https://bappeda.slemankab.go.id> diakses pada 24 Juli 2018

<https://dukcapil.slemankab.go.id> diakses pada 24 Juli 2018

<https://iprice.co.id/insights/mapofecommerce> diakses pada 8 Agustus 2018

<https://www.idea.or.id> diakses pada 8 Agustus 2018

<https://wearesocial.com/uk> diakses pada 8 Agustus 2018

www.internetworldstats.com/stats.htm diakses pada 15 Mei 2018 Miniwatts Marketing Group, 2013, Pengguna internet di seluruh dunia berdasarkan regional demografis tahun 2012

www.bpkp.go.id/diy.bpkp diakses pada 24 Juli 2018