

Daftar Pustaka

Sumber Buku :

Engel. James F., Roger D. Blackwell, Paul .W Miniad.1993. *Perilaku Membeli*, edisi ke 6 jilid pertama . Jakarta : Binarupa Aksara

Firmansyah, A (2018). *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)*, Sleman : CV. Budi Utama

Husein Umar. 2002. “Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen”. Cetakan kedua.Gramedia.

Jusuf, I (2018). *Perilaku Konsumen Di Masa Bisnis Online*, Yogyakarta : Andi

Mamang, E (2014). *Perilaku Konsumen*, Yogyakarta : Andi

Mulyana, D (2009). *Ilmu Komunikasi : Suatu Pengantar*, Bandung : Rosda

Schiffman dan kanuk, 2008. *Perilaku Konsumen*. Prentice Hall, Inc. Edisi Ketujuh.

Shinta, A. (2011). *Manajemen Pemasaran*, Malang : UB Press

Sumarwan, U (2004). *Perilaku Konsumen*, Bogor : Ghalia Indonesia

Sumarwan, U (2011). *Perilaku Konsumen (Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran)*, Jakarta : Ghalia Indonesia

Jurnal :

Albari (2002) *Mengenal Perilaku Konsumen Melalui Penelitian Motivasi*, Vol.1 No.7 Di Akses Pada 7 Juni 2020 dari link <https://journal.uii.ac.id/JSB/article/download/1027/959>

Inta F (2019) Perilaku konsumen dalam marketplace (Studi Kasus Di Shopee Dan Tokopedia Perspektif Etika Bisnis Islam)

Diakses pada 27 September 2020 pada link

<http://eprints.perbanas.ac.id/4769/>

Kevin Y (2016) Motivasi Konsumen dan Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian di *WILD*, Vol.1 No.5 Di Akses Pada 10 Juni 2020 dari link

<https://journal.uc.ac.id/index.php/performa/article/download/345/314>

Marheni E (2018) Pengaruh Perilaku konsumen terhadap pembelian online produk fashion pada zalora indonesia, Vol 15 No 2

Diakses pada 10 Maret 2020 dari link

https://www.researchgate.net/publication/315479766_PENGARUH_PERILAKU_KONSUMEN_TERHADAP_PEMBELIAN_ONLINE_PRODUK_FASHION_PADA_ZALORA_INDONESIA

Muhammad N (2016) Pengaruh Motivasi, Persepsi dan Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Pada Dealer Honda Astra Motor Palur, Di Akses Pada 8 Juni 2020 dari link

<https://media.neliti.com/media/publications/132267-ID-pengaruh-motivasi-persepsi-dan-sikap-kon.pdf>

Nadir (2018) Faktor-Faktor Motivasi Yang Mempengaruhi Konsumen Berbelanja di Pasar Hiburan, Di Akses Pada 8 Juni 2020 dari link

digilib.unila.ac.id/31199/20/SKRIPSI%20TANPA%20BAB%20PEMBAHASAN.pdf

Sumber Lain :

<https://www.allianz.co.id/explore/detail/yuk-pahami-lebih-jelas-arti-pandemi-pada-covid-19/101490> di akses 27 April 2020

<https://apjii.or.id/survei2018s/kirimlink> di akses pada 15 Oktober 2019

<http://ciputrauceo.net/blog/2016/2/18/metode-pengumpulan-data-dalam-penelitian> di akses pada 25 Februari 2020

<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2018/03/27/berapa-pembeli-digital-indonesia> di akses pada 10 Oktober 2019

<https://www.dosenpendidikan.co.id/pengambilan-keputusan/> di akses pada 11 Maret 2020

<https://www.dosenpendidikan.co.id/pengertian-motivasi-menurut-para-ahli/> di akses pada 28 April 2020

<http://eprints.uny.ac.id/9917/2/BAB%202%20-%20006208244053.pdf> di akses pada 22 July 2020

<https://www.gurupendidikan.co.id/pengertian-kepribadian/> di akses pada 25 maret 2020

<https://infokomputer.grid.id/read/122067189/antisipasi-penyebaran-wabah-virus-corona-tokopedia-gratiskan-ongkir> di akses pada 28 April 2020

<https://idcloudhost.com/pengertian-e-commerce-dan-contohnya-komponen-jenis-dan-manfaat-e-commerce/> di akses pada 25 Februari 2020

<https://inet.detik.com/cyberlife/d-4971620/tren-belanja-online-selama-pandemi-covid-19-di-indonesia> di akses pada 28 April 2020

<https://iprice.co.id/insights/mapofecommerce/> di akses pada 17 September 2019

<https://jurnal.stieama.ac.id/index.php/ama/article/viewFile/129/116> di akses pada 22 July 2020

<http://journal.ui.ac.id/index.php/jbb/article/view/632> di akses pada 25 Februari 2020

<https://www.kajianpustaka.com/2018/03/pengertian-jenis-indikator-dan-faktor-yang-mempengaruhi-gaya-hidup.html> di akses pada 20 Februari 2020

<https://katadata.co.id/berita/2020/04/14/ekonomi-di-tengah-pandemi-apakah-akan-terjadi-lagi-depresi-besar> di akses pada 28 April 2020

<http://kc.umn.ac.id/1268/3/BAB%20II.pdf> di akses pada 22 July 2020

<https://www.maxmanroe.com/vid/teknologi/internet/pengertian-e-commerce.html> di akses pada 25 Februari 2020

<https://marketeers.com/lima-kota-indonesia-dengan-jumlah-pembelanja-online-terbesar/> di akses pada 20 Februari 2020

<https://www.nesabamedia.com/apa-itu-tokopedia/> di akses pada 15 Januari 2020

<https://www.seputarpengertian.co.id/2015/12/pengertian-e-commerce-menurut-para-ahli-terlengkap.html> di akses pada 15 Januari 2020

<https://www.whiteboardjournal.com/ideas/media/belanja-online-sebagai-masa-depan-retail-di-era-post-pandemi/> Di Akses Pada 15 Juni 2020

<https://kaltim.tribunnews.com/2018/01/29/ini-bukti-masyarakat-indonesia-keranjingan-belanja-online> Di Akses Pada 15 Juni 2020

<https://rakyatmerdeka.com/2020/06/05/perilaku-konsumen-dalam-pandemi-covid-19/> di akses pada 22 July 2020

Penelitian terdahulu

<http://eprints.perbanas.ac.id/4769/>

https://www.researchgate.net/publication/315479766_PENGARUH_PERILAKU_KONSUMEN_TERHADAP_PEMBELIAN_ONLINE_PRODUK_FASHION_PADA_ZALORA_INDONESIA