

DAFTAR PUSTAKA

- Anna, Lusiana Kus. Produk Fashion Tanpa Ukuran paling laris di toko online. Available online at: https://kilasdaerah.kompas.com/jawa-tengah/read/2018/02/20_/153826820/produk-fashion-tanpa-ukuran-paling-laris-di-toko-online. diakses tanggal 21 Oktober 2018.
- APJII (2018). Jumlah pengguna internet meningkat, kominfo terus lakukan percepatan pembangunan broadband. Siaran Pers Nomor 53/HM/KOMINFO/02/2018. Available online at: www.kominfo.go.id diakses tanggal 21 Oktober 2018.
- Apriliyana, Jane. Mengintip peluang usaha dari bisnis jastip. Available online at: <https://ekonomi.kompas.com/read/2018/04/09/093700026/mengintip-peluang-usaha-dari-bisnis-jastip>. diakses tanggal 17 Oktober 2018.
- Agus Tri Haryanto. Ini Jumlah Pengguna Facebook dan Instagram di Indonesia. Available online at: <https://inet.detik.com/cyberlife/d-3599839/ini-jumlah-pengguna-facebook-dan-instagram-di-indonesia>. Diakses tanggal 15 Mei 2018.
- Bosnia, Tito. Produk Fashion paling diminati dalam Belanja Online. Available online at: <https://www.cnbcindonesia.com/lifestyle/20180119164658-33-2018/produk-fashion-paling-diminati-dalam-belanja-online>. Diakses tanggal 21 Oktober 2018
- Ghozali, Imam (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS*. Penerbit Universitas Diponegoro, Yogyakarta.
- Hafiz, M Perkasa Al. lifestyle Marketing Perkuat Ikatan Emosional. Available Online at : <http://marketeers.com/lifestyle-marketing-guide-memperkuat-ikatan-emosional/>. diakses tanggal 21 oktober 2018.
- Kotler Keller. *Marketing Management (2009)* . Jilid I. Edisi ke 13. Erlangga, Jakarta.
- Lubis, Mila. Pengguna Smartphone meningkat, Belanja Iklan Produk seluler meroket. Available online at: <https://www.nielsen.com/id/en/press-room/2018/pengguna-smartphone-meningkat-belanjaiklan-produk-selular-meroket.html>. Diakses tanggal 21 Oktober 2018
- Laudon. Kenneth C dan Laudon. Jane P (2015). *Sistem informasi Manajemen : Mengelola perusahaan digital*. Edisi 13. Penerbit salemba Empat, Jakarta.

- Nata. Jiwangga Hadi, Sukaris. Pengaruh Aktifitas *Browsing, Flow*, dan Kepercayaan *Online* terhadap Niat pembelian Barang-Barang Baru di Instagram. *Jurnal Inovasi Bisnis dan Manajemen Indonesia Vol. 2*, Nomor. 1 Desember 2018.
- Nurwibowo. Rifqi Wildan, Indriani Farida. Analisis Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen Terhadap Produk *Fashion Online* Melalui Jerjaring Sosial Instagram. *Diponegoro Journal Of Management Volume 6*, Nomor 2, Tahun 2017, Halaman 1-9.
- Olyvia, Filani. Alasan Orang Indonesia lebih senang belanja via media sosial. Available online at: <https://www.cnnindonesia.com/gaya-hidup/20170920195716-282-243056/alasan-orang-indonesia-lebih-senang-belanja-via-media-sosial>. diakses tanggal 17 Oktober 2018.
- Perdana, Jaka. Jumlah pengiklanan di Instagram tembus satu juta setiap bulan. Available online at: <http://marketeers.com/pengiklan-instagram-tembus-satu-juta/> . diakses tanggal 17 Oktober 2018
- Priansa, Donni Juni (2017). *Perilaku Konsumen Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*. Penerbit Alfabeta, Jakarta.
- Rahayu. Sri, Zuhriya, Bonita Silvia. Pengaruh Gaya Hidup dan Persepsi Mahasiswa Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online di Kota Palembang. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Sriwijaya Vol 13* No. 3 September 2015
- Saidani, Basrah dan Samsul Arifin, 2012. Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen dan minat beli pada ranch market. *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI)*, Vol 3 No. 1, 2012
- Schiffman, L.G dan Kanuk, Lesley L. 2008. *Perilaku konsumen*. Edisi 7. Pearson, Jakarta
- Schiffman, L.G dan Kanuk, Lesley L. 2008. *Perilaku konsumen*. Edisi1 10. Pearson, Jakarta
- Swaonline. Memahami Perilaku belanja online. Availble online at: <https://swa.co.id/swa/my-article/memahami-perilaku-belanja-online> . diakses tanggal 21 oktober 2018.
- Sugiyono, 2016. *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta, Bandung.