



- Irawan, Handi. (2 Mei 2012) “Perilaku Digital Pasar Remaja” <http://www.frontier.co.id/perilaku-digital-pasar-remaja.html> diakses pada 6 Juni 2016: 20:19 WIB.
- Kaoufaris, Marios. “*Applying the Technology Acceptance Model and Flow Theory to Online Consumer Behavior.*” *Information System Research*, Vol. 13, No. 2. Juni 2003.
- Kaplan, Andreas M. dan Michael Haenlein. “*Users of the World, Unite! The Challenges and Opportunities of Social Media.*” *Business Horizon* 53. 2010.
- Kartajaya, Hermawan., *et al.* *Connect! Surfing New Wave Marketing*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama. 2010.
- Kementrian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif RI. “*Ekonomi Kreatif: Kekuatan Baru Indonesia Menuju 2025.*” 2014.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. *Marketing Management, Thirteenth Edition*, diterjemahkan oleh Bob Sabran dengan judul *Manajemen Pemasaran, Edisi Ketiga Belas Jilid 2*. Jakarta: Penerbit Erlangga. 2009.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. *Marketing Management, Twelfth Edition*, diterjemahkan oleh Benyamin Molan dengan judul *Manajemen Pemasaran, Edisi Kedua Belas Jilid Satu*. Indeks. 2009.
- Lee, In. “*B2C Online Consumer Behavior.*” *Electronic Commerce Management for Business Activities and Global Enterprises: Competitive Advantages*. IGI Global. 2012.
- Lesmana, I Gusti Ngurah Aditya. “*Analisis Pengaruh Media Sosial Twitter Terhadap Pembentukan Brand Attachment (Studi Pada PT. XL Axiata)*” Tesis. Universitas Indonesia. 2012.
- Lii, Danny Yuan-Shuh dan Monle Lee. “*Consumers’ Evaluations of Online Reference Price Advertisement.*” *International Journal of Commerce and Management*, Vol. 15, No. 2. ProQuest Health Management. 2005.
- Naomi, Agatha. “*Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Terhadap Online Shopping.*”

- Nittala, Rajyalakshmi. "Factors Influencing Online Shopping Behavior of Urban Consumers in India." *International Journal of Online Marketing*, Vol. 5, No. 1. Januari–Maret 2015.
- Neulinger, Ágnes. "Mother-Child Interactions in Youth Purchase Decisions."
- Novitasari, Safina dan Zaki Baridwan. "Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Risiko, Persepsi Manfaat, dan Persepsi Kontrol Perilaku Terhadap Niat Penggunaan Sistem *E-Commerce*."
- Peter, J. Paul dan Jerry C. Olson. *Consumer Behavior and Marketing Strategy 9th ed.* diterjemahkan oleh Diah Tantri Dwiandani dengan judul *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran Edisi 9 Buku 1*. Jakarta: Salemba Empat. 2014.
- Rendy., Devie. "Analisa Pengaruh *Activity Based Costing* Terhadap Keunggulan Bersaing dan Kinerja Organisasi."
- Sarwono. "Analisis Perilaku Konsumen Perspektif Ekonomi Islam." *INNOFARM: Jurnal Inovasi Pertanian*, Vol. 8, No. 1. 2009.
- Setiadi, Nugroho J. *Perilaku Konsumen: Konsep dan Implikasi Untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*. Jakarta: Kencana. 2008.
- Setiawan, Ricky., Achyar, Adrian. "Effects of Perceived Trust and Perceived Price on Consumers' Intention to Buy in Online Store in Indonesia." *ASEAN Marketing Journal*, Vol. IV, No. 1. Juni 2012.
- Smith, Cooper. (21 Desember 2013) "Here's Why Instagram's Demographics Are So Attractive to Brands." *Business Insider*. <http://www.businessinsider.co.id/instagram-demographics-2013-12> diakses pada 26 November 2015: 17.35 WIB.
- Smith, Craig. (16 Oktober 2015) "By The Numbers: 150+ Interesting Instagram Statistics." DMR. <http://expandedramblings.com/index.php/important-instagram-stats/> diakses pada 4 November 2015: 21.39 WIB.
- Suhari, Yohanes. "Keputusan Membeli Secara *Online* dan Faktor-faktor yang Mempengaruhinya." *Jurnal Teknologi Informasi DINAMIK*, Vol. XIII, No. 2 (Juli 2008).
- Sumarwan, Ujang. *Perilaku Konsumen: Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran, Edisi Kedua*. Bogor: Penerbit Ghalia Indonesia. 2011.

- Suprpto, J. dan Nandan Limakrisna. *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Jakarta: Mitra Wacana Media. 2011
- Swastha, Basu dan Irawan. *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty Offset. 1997.
- Swisstiani, Febby. “Pengaruh Persepsi Harga, Efektivitas Iklan Internet dan Promosi Penjualan Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Toko *Online Zalora*.” Skripsi. Universitas Negeri Yogyakarta. 2014.
- Taufique, Khan Md. Raziuddin dan Faisal Mohammad Shahriar. “*Online Social Media as a Driver of Buzz Marketing: Who’s Riding?*” *International Journal of Online Marketing*, Vol. 1, No. 2. April–Juni 2011.
- Wang, Jianfeng., et al. “*A Study of the Impact of Individual Differences on Online Shopping*.” *Transformations in E-Business Technologies and Commerce: Emerging Impacts*, Vol. 6, No.1. IGI Global. 2012.
- Wigati, Sri. “Perilaku Konsumen dalam Perspektif Ekonomi Islam.” *Maliyah*, Vol. 1, No. 1. Juni 2011.
- Yasid. “Perilaku Konsumen: Perspektif Konvensional dan Perspektif Islam.” *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, Vol. VII, No. 2. Juni 2013.
- Yuswohady., et al. *Marketing to the Middle Class Muslim: Kenali Perubahannya, Pahami Perilakunya, Petakan Strateginya*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama. 2014.
- Zhu, Dauw Song., et al. “*Mr. Risk! Please Trust Me: Trust Antecedents that Increase Online Consumer Purchase Intention*.” *Journal of Internet Banking and Commerce*, Vol. 16, No. 3. Desember 2011.
- Zorzini, Catalin. (25 Juni 2015) “*Infographic: Online Shopping Habits Men vs. Women*.” <http://ecommerce-platforms.com/ecommerce-news/infographic-online-shopping-habits-men-vs-women> diakses pada 20 April 2016: 17.35 WIB.