

DAFTAR PUSTAKA

- Evans, F., Ridi, F. dan Selo (2014). Perancangan Fitur *E-Commerce* Berdasarkan Konsep Customer Relationship Manajement Untuk Meningkatkan Kualitas Pelayanan. Yogyakarta. Prosiding SNATIF.
- Ferdinand, A. (2006). *Metode Penelitian Manajemen : Pedoman Penelitian Untuk Penulisan Skripsi, Tesis dan Disertasi Ilmu Manajemen. Edisi Kedua*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Fuady, M.. 2002. Pengantar Hukum Bisnis, Menata Bisnis Modern di Era Global. Bandung, PT. Citra Aditya.
- Ghozali, I.. 2006. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 20*, Semarang : Universitas Diponegoro.
- Hasan, A. 2013. *Marketing*. Penerbit Medpress (Anggota Ikapi): Yogyakarta.
- Hemanth K. dan Umakanth. 2017. Influence Of *E-Commerce* On Buying Behaviour Of Customer. Sri Lanka. Asian Journal of Empirical Research.
- Kotler, P. 2008. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta. Ikrar Mandiri Abadi.
- Shaleh dan Muhibb. 2004. Psikologi Suatu Pengantar. Dalam Perspektif Islam. Jakarta: Prenada Media.
- Sheila, F. N., Rini, R. K., Daris, Z. (2019). Pengaruh *E-Commerce* Terhadap Keputusan Pembelian Pada Belanja Online Shopee (Studi Pada Konsumen Belanja Online Mahasiswa Universitas Islam Malang). Malang.
- Sugiyono. 2005. Metode Penelitian Bisnis Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung. Alfabeta.
- Sugiyono. 2014. Metode Penelitian Bisnis Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung. Alfabeta.
- Suyanto, M. 2003. Strategi Periklanan Pada *E-Commerce* Perusahaan Top Dunia. Yogyakarta: Andi Offset.
- Walia, N. S. 2017. Pengaruh *E-Commerce* Terhadap Peningkatan Pendapatan Sentra Industri Keripik Pisang Bandarlampung Ditinjau Drai Etika Bisnis Islam (Studi Pada Sentra Industri Keripik Pisang Di Kota Bandarlampung). Bandar Lampung
- Werwe dan Bekker. 2003. A Framework and Methodology for Evaluating *E-Commerce* Website. Internet Reearch. Electronic Networking Applications and Policy, 13(5), pp. 330-341. MCB UP Ltd

- Andreassen, C. S., Griffiths, M. D., S. P., Bilder, R. M., T. T., & E. A. (2012). *The Bergen Shopping Addiction Scale : reliability and validity of a brief screening test*. Bergen: Department of Psychosocial Science, University of Bergen, Bergen, Norway.
- E. D., S. R., & Wan Ismail, W. K. (2014). *Online social shopping: the impact of attitude, customer information quality, effectiveness of information content and perceived social presence*. Kuala Lumpur: Int. J. Business Environment.
- Ming, K. H., & Cheng, C. W. (2009). *Application Of Quality Function Deployment To Improve The Quality Of Internet Shopping Website Interface Design*. Kaohsiung: International Journal of Innovative Computing, Information and Control.
- X. H., Q. H., X. Z., Davison, R. M., & D. Z. (2016). *The influence of peer characteristics and technical features of a social shopping website on a consumer's purchase intention*. Hong Kong: International Journal of Information Management.
- Lastiansah, S. 2012. *Pengertian User Interface*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo
- Prihatna, H. 2005. *Kiat Praktis Menjadi Webmaster Profesional*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2016). The Key Types of Digital Media Channels. In D. Chaffey, & F. Ellis-Chadwick, *Digital Marketing Strategy, Implementation, and Practice Sixth Edition* (p. 33). London: Pearson.
- Strauss, J., & Frost, R. (2014). *Content Marketing*. In J. Strauss, & R. Frost, *Emarketing Seventh Edition* (p. 35). England: Pearson.
- Plessis, C. D. (2017). The Role of *Content Marketing* in Social Media *Content Communities*. *South African Journal of Information Management*, 2.
- Umar, Husein. 2003. *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Sibero, A. F. K. (2013). *Web Programmer Power Pack*. Yogyakarta: Mediakom, 11-12.
- Arief, M. R. (2011). *Pemrograman Web Dinamis Menggunakan PHP dan MySQL*. Yogyakarta: Andi, 7-19.