

REFERENCES

- Abdullah, F., et al. (2011). Managing Customer Preference for the Food Service Industry. *International Journal of Innovation, Management, and Technology*, Vol. 2(6), 525-533.
- Agustina, D. (2014). *Pengaruh Brand Image dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan di Aston Pluit Hotel and Residence Jakarta Utara Periode (Maret-Juni 2014)*. Skripsi. Fakultas Ilmu Komunikasi. Universitas Bina Nusantara. Jakarta.
- Alwi, H. (2012). Persepsi Masyarakat Terhadap Penerapan Teknologi Tepat Guna Bidang Sumber Daya Air (TTG-BSDA) (Studi Kasus Kabupaten Pacitan, Gunung Kidul dan Bantul). *Jurnal Sumber Daya Air*. Vol. 8(1).67-80.
- Anojan, V., & Subaskaran, T. (2015). Consumer's Preference and Consumer's Buying Behavior on Soft Drinks: A Case Study in Northern Province of Sri Lanka. *Global Journal of Management and Business Research: E-Marketing*, Vol. 15 (2), 2249-4588.
- Arifin, I., & Giana, H. W. (2007). *Membuka Cakrawala Ekonomi*. Jakarta: PT. Setia Purna.
- Arsyad, A. (2011). *Media Pembelajaran*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Arwiedya, M. R. (2011). *Analisis Pengaruh Harga, Jenis Media Promosi, Resiko Kinerja, Dan Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian Via Internet Pada Toko Online (Studi Kasus pada Konsumen Toko Fashion Online yang bertindak sebagai Reseller yang ada di Indonesia)*.
- Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia. (2017). *Data Statistik Pengguna Internet di Indonesia tahun 2017*. Jakarta.
- Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia. (2017). *Data Statistik Pemanfaatan Internet Bidang Ekonomi tahun 2017*. Jakarta.
- Augusty, F. (2006). *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian untuk skripsi, Tesis dan Disertai Ilmu Manajemen*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Badan Penelitian dan Pengembangan Sumber Daya Manusia. (2016). *Penggunaan TIK pada Rumah Tangga dan Individu*. Jakarta: Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia.

- Banu, et al. (2014). A Study on Customer Preference towards Online Shopping with Special Reference to Tiruchirappall District. *International Journal of Advanced Research in Management and Social Sciences*. Vol. 3(5).2278-6236.
- Baron, & Byrne. (2000). *Social Psychology (9th Edition)*. Massachusetts: A Pearson Education Company.
- Bilson, Simamora. (2008). *Panduan Riset Pelaku Konsumen*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Darsono, V. (1995). *Pengantar Ilmu Lingkungan*. Yogyakarta: Universitas Atma Jaya.
- Engel, J. F., et.al. (1994). *Consumer Behavior Jilid 1 Alih Bahasa Budiyanto*. Jakarta: Erlangga.
- Gentile, Chiara, Nicola, S., & Giuliano, N. (2007). How to Sustain the Customer Experience: An Overview of Experience Components that Cocreate Value with the Customer. *European Management Journal*. Vol. 25 (5).
- Ghozali, I. (2003). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Edisi Ketujuh. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2005). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan SPSS*. Semarang: Badan Penerbit UNDIP.
- Ghozali, I. (2009). *Ekonometrika : Teori, Konsep dan Aplikasi dengan SPSS 17*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- Giantari. (2013). Pengaruh Pengalaman terhadap Niat Beli via Online yang Dimediasi oleh Persepsi Kontrol Perilaku dan Kepercayaan. Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Universitas Brawijaya. Malang.
- Gilarso, T. (2003). *Pengantar Ilmu Ekonomi Mikro*. Yogyakarta: Kanisius.
- Gujarati, D. N. (2013). *Dasar-dasar Ekonometrika, Edisi Kelima*. Jakarta: Salemba Empat.
- Halim, A. (2010). *Dasar-dasar Akuntansi Biaya (Edisi 4)*. Yogyakarta: BPF.
- Hasan, A. (2008). *Marketing*. Yogyakarta: Media Pressindo.
- Hungu. (2007). *Demografi Kesehatan Indonesia*. Jakarta: Grasindo

- Hurlock, E. B. (2002). *Psikologi Perkembangan : Suatu Pendekatan Sepanjang Rentang Kehidupan*. Surabaya : Erlangga.
- KataData Insight Center. (2018) *Indonesia E-Commerce Mapping 2018*. Jakarta.
- Kim, J., Lee, H. C., & Kim, H. J. (2004). Factors Affecting Online Search Intention and Online Purchase Intention. *Seoul Journal of Business*, Vol. 10(2), 27-48.
- Ling, K. C., Chai, L. T., & Piew, T. H. (2010). The Effects of Shopping Orientations, Online Trust and Prior Online Purchase Experience toward Customers Online Purchase Intention. *International Business Research*, 3 (3), 63-76.
- Lubis, A. N. (2018). Evaluating the Customer Preferences of Online Shopping: Demographic Factors and Online Shop Application Issue. *Academy of Strategic Management Journal*. Vol. 17(2).1939-6104-17-2-185.
- Marwan, A., & Suprihanto, J. (1991). *Pengantar Ekonomi Perusahaan*. Jakarta: Karunika.
- Marzuki. (2005). *Metodologi Riset*. Yogyakarta: Ekonisia.
- Mehra, P. & Singh, R. (2016). Consumer Preferences and Purchase Decision-making for Micro-packs—An Empirical Study. *Vision*. Vol. 20(3). 228-240. DOI: 10.1177/0972262916652806.
- Mohammad, H., & Alias. (2011). Job Satisfaction and Organisational Citizenship Behavior: An Empirical Study At Higher Learning Institution. *Jurnal Ilmu Pendidikan*. Jurnal (tidak dipublikasikan).
- Nazir, M. (2009). *Metode Penelitian*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Nicholson, W. (2002). *Mikroekonomi Intermediate*. Edisi Kedelapan. Jakarta: Erlangga.
- Oktaviani, C. (1996). *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Orang Tua dalam Keputusan Membeli Mainan Anak dan Preferensi Anak di Kelurahan Pondok Kelapa Kecamatan Duren Sawit Jakarta Timur*. Fakultas Ekonomi. Universitas Negeri Sebelas Maret. Surakarta.
- Putong, I. (2013). *Economics Pengantar Mikro dan Makro*. Jakarta: Mitra Wacana Media.

- Rita, W. T. K., & Sri H. M. (2007). Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen dalam Pembelian Air Mineral di Kotamadya Surabaya. *Jurnal Penelitian Dinamika Sosial*. Vol. 2 (3), 48-58.
- Rose, S., Clark, M., Samouel, P., & Hair, N. (2012). Online customer experience in e-retailing: an empirical model of antecedent and outcomes. *Journal of Retailing*, 88 (2): 308-322.
- Salvatore, D. (1996). *Managerial Economics in A Global Economy Third Edition*. New York: McGraw-Hill, Inc.
- Saragih, C. V. B., Shihab, M. S., & Purwanto, W. (2013). Pengaruh Kualitas Produk, Ketersediaan Produk dan Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian Produk Lulur Mandi Sumber Ayu di Jakarta. *Jurnal MIX*, Vol. 6 (2), 197-211.
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. (2002). *Perilaku Konsumen*. Jakarta : PT. Indeks.
- Schmidt. (2010). Experience Marketing: Concepts, Frameworks and Consumer Insights. *Foundations and Trends in Marketing*. Vol. 5(2). 55-112. DOI: 10.1561/17000000027.
- Scott, W. R. (2006). *Financial Accounting Theory (4th Edition)*. Kanada: Person Education.
- Sekaran, U. (2011). *Research Methods for Business*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sevilla. (1960). *Pengantar Metode Penelitian*. Jakarta : Universitas Indonesia.
- Shim, S., Eastlick, M. A., Lotz, S. L., & Warrington, P. (2001). An online prepurchase intention model: The role of intention to search. *Journal of Retailing*, 77(3), 297–416.
- Shipley, D., & Colin, E. (1992). Power, Conflict and Co-operation in Beetwen Tenant Distribution Channels. *Internatinal Journal of Service Industry Management*, Vol 3. No.4, 44-62.
- Spire Research & Consulting. (2013). *Data Statistik Nilai Belanja Online di Indonesia*. Jakarta.
- Spire Research & Consulting. (2012). *Data Statistik Perbandingan Nilai Belanja Offline dan Online di Indonesia*. Jakarta.
- Sudarman, A. (2004). *Teori Ekonomi Mikro*. Edisi Keempat. Yogyakarta: BPFY Yogyakarta.

- Sugiarto. (2005). *Ekonomi Mikro Sebuah Kajian Komprehensif*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Suhar, Janti, 2014, Analisis Validitas dan Reliabilitas dengan Skala Likert terhadap Pengembangan SI/TI dalam Penentuan Pengambilan Keputusan Penerapan Strategic Planning pada Industri Garmen. *Jurnal Prosiding Seminar Nasional Aplikasi Sains & Teknologi (SNAST)*. Manajemen Informatika AMIK BSI Jakarta, November, 2014, hal. 155-160.
- Sukirno, S. (2013). *Makroekonomi : Teori Pengantar*. Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada.
- Suliyanto. (2005). *Analisis Data Dalam Aplikasi Pemasaran*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Sultana, M. U., & Uddin, M. D. N. (2015). Consumer Preference on Online Purchasing: An Attitudinal Survey in Bangladesh. *The Cost and Management*. Vol. 43(2). 1817-5090.
- Sumarwan, U. (2003). *Perilaku Konsumen, Teori Dan Penerapannya*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Swasta, & Handoko. (2010). *Manajemen Pemasaran: Analisa dan Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: BPFPE.
- Tjiptono, F. (2005). *Pemasaran Jasa*. Malang: Bayumedia.
- Trautrim, A., et. al. (2009) Optimizing On-Shelf Availability For Customer Service And Profit. *Journal of Business Logistics*.
- Trihendradi. (2011). *Langkah Mudah Melakukan Analisis Statistik: Menggunakan SPSS 19*. Yogyakarta: ANDI.
- Vyas, A., & Bissa, G. (2017). A Study on Customer Preference towards Online Shopping with Special Reference to Bikaner City. *International Journal of Engineering Technology Science and Research*. Vol. 4(9). 2394 – 3386.
- Wade, C., & Tavris, C. (2007). *Psikologi Edisi Kesembilan Jilid 2*. Jakarta: Erlangga.
- Winardi, H. (2000). *Manajemen Pemasaran Modern dan Perilaku Konsumen*. Bandung: Penerbit Sinar Baru.
- Zebua, A. S & Nurdjayadi, R. D. (2001). Hubungan antara Konformitas dan Konsep Diri dengan Perilaku Konsumtif pada Remaja Putri. *Jurnal Phronesis*, 3(6), 72-82.

Zulganef. (2006). *Pemodelan Persamaan Struktural & Aplikasinya Menggunakan Amos 5*. Bandung: Pustaka.