

## DAFTAR PUSTAKA

- Amalia, Rizki. (2018). *Pengaruh Kepuasan Dan Kepercayaan Pada Loyalitas Konsumen Belanja Online Di Lazada*. Skripsi. Universitas Gadjah Mada. Yogyakarta
- Amirullah. (2002). *Perilaku Konsumen*. Graha Ilmu : Yogyakarta
- Azwar, Saifudin. (2002). *Sikap Manusia : Teori dan Pengukurannya*. Pustaka Pelajar : Yogyakarta.
- Chevalier, Shopie. (2018). *Shopping*. The International Encyclopedia of Anthropology. University of Picardie Jules Verne. France
- Dwiastuti, dkk. (2012) *Ilmu Perilaku Konsumen*. Cetakan Pertama. UB Press : Malang
- Harahap, D. A. (2018). *Perilaku Belanja Online Di Indonesia: Studi Kasus*. *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*, hlm 193-213. Diambil Dari <https://doi.org/10.21009/JRMSI.009.2.02>. (Diakses Pada Tanggal 7 Maret 2020 Pukul 11.08 WIB)
- Kabarbisnis. (2020). *Pola Belanja Bergeser Penjualan Marketplace Bertumbuh Juni 2020*. <https://www.pola-belanja-bergeser-penjualan-marketpace-bertumbuh-juni-2020>. (diakses pada tanggal 14 Agustus 2020 pukul 12.45 WIB)
- Kotler, Philips & Gary Armstrong. (2001). *Principle of Marketing* .8th Edition. New Jersey : Prentice Hall.
- Novita, Frisca. (2017). *Interaksi sosial di Masyarakat Perkotaan*. Diambil dari [medium.com/interaksi-sosial-di-masyarakat-perkotaan](https://medium.com/interaksi-sosial-di-masyarakat-perkotaan). (Diakses pada tanggal 28 Maret 2020 pukul 11.25 WIB).
- Nurhaliza, Siti. (2019). *Studi Tentang Perubahan Preferensi Konsumen Dalam Belanja Offline Ke Online Di Kota Semarang*. Skripsi. Universitas Diponegoro. Semarang
- Raharjo, E.T, Rayuna Handawati dan Audi Meidina Sekarayu. (2019). *Teenagers Spatial Behavior in Shopping in Bekasi City*. IOP Conf. Series : Earth and Environmental Science. Department of Geography Education, Faculty of Social Science. Universitas Negeri Jakarta

- Rahmelia, Vivi. (2016). *Kecerdasan Spasial Dalam Perilaku Berbelanja Online Mahasiswa*. Skripsi. Departemen Pendidikan Geografi Universitas Pendidikan Indonesia
- Rerung, Rintho Rante. (2018). *E-commerce Menciptakan Daya Saing Melalui Teknologi Informasi*. Deepublish : Yogyakarta
- Setiadi, Nugroho J. (2003). *Perilaku Konsumen: Konsep dan Implikasinya untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*. Jakarta: Prenada Media.
- Shalihati, Sakinah Fathrunnadi. (2017). *Geografi Ekonomi*. Pustaka Pelajar : Yogyakarta
- Sumarwan, Ujang. (2002). *Perilaku Konsumen (Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran)*. Ghalia Indonesia: Jakarta
- Sumarwan, Ujang. (2014). *Materi Pokok Perilaku Konsumen*. Edisi Pertama. Universitas Terbuka. Tangerang Selatan
- Supit, Indra, dkk. (2003). *Multiple Intelligence: Mengenali dan Merangsang Potensi Kecerdasan Anak*. Ayahbunda : Jakarta
- Supriyanta. (2017). *E-commerce Untuk Indonesia Lebih Baik*. cetakan pertama. Deepublish : Yogyakarta
- Survey Asosiasi Penyedia Jasa Internet Indonesia (APJII) Tahun 2018. Diambil Dari [www.apjii.or.id](http://www.apjii.or.id) (Diakses Pada Tanggal 28 Januari 2020 Pukul 13.09 WIB)
- Tika, Pabundu. (2005). *Metode Penelitian Geografi*. PT Bumi Aksara : Jakarta
- Triwijayati, Anna. Deviga Bayu Pradipta. (2018). *Kelas Sosial VS Pendapatan : Eksplorasi Faktor Penentu Pembelian Consumer Goods Dan Jasa*. Jurnal Ekonomi. Volume XXIII, No.02, Juli 2018 : 141-158
- Yustianty, Avrie. (2012). *Pola Keruangan Yang Terbentuk Pada Proses Belanja Online Studi Kasus Di Kota Depok*. Skripsi. FMIPA Program Studi Geografi Universitas Indonesia
- Yustina, dkk. (2015). *Pengaruh Belanja Online Terhadap Perilaku Perjalanan Belanja*. Jurnal Transportasi Vol. 15 No. 1 April 2015: 31-40