

DAFTAR PUSTAKA

- Amborse, G., & Harris, P. (2005). Layout. *Ocean Modelling*, 22(3), 1361–1369.
- Atmoko, B. D. (2012a). *Instagram Handbook* (Vol. 2, Issue 2).
- Atmoko, B. D. (2012b). *Instagram Handbook Tips Fotografi Ponsel*.
- Caesarlita, D. (2015). *BMI Research: Belanja Online Didominasi Lewat Mobile*.
- Cheung, R., Lam, A. Y. C., & Lau, M. M. (2015). Drivers of green product adoption: the role of green perceived value, green trust and perceived quality. *Journal of Global Scholars of Marketing Science*.
- Chou, E., & Kim, Y.-K. (2012). *The Effects of Website Designs, Self-Congruity, and Flow on Behavioral Intention*.
- Daradjatun, N. (2003). *Inspirasi Mode Indonesia*. PT Gramedia Pustaka Utama.
- Effendy, & Uchjana, O. (2007). *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. PT Remaja Rosdakarya.
- Emenina & Angel, R. (2019). Pengaruh Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Di Starbucks Coffee Pim 2. *Eduturisma*, 151, 2.
- Ernawati. (2008). *Tata Busana untuk SMK*. Pusat Direktorat Pembinaan Sekolah Menengah kejuruan.
- Fatmawati, M. I. D. (2010). *Alasan-alasan Pembelian Produk Fashion Secara Online*.
- Ghazali, M. (2016). *Buat Duit Dengan Facebook dan Instagram : Panduan Menjana Pendapatan dengan Facebook dan Instagram*.
- Ghozali, I. (2001). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Badan Peneliti Universitas Diponegoro.
- Gumelar, R. G. (2014). *LAYOUT MAJALAH SEBAGAI SEBUAH CERMINAN IDENTITAS PEMBACA STUDI KASUS LAYOUT MAJALAH COSMOPOLITAN DAN ANEKA YES*.

- Hendri, F., Maidarman, Irawadi, H., & Yenes, R. (2020). *Motivasi Atlet Angkat Berat*. 2, 669–679.
- Herdiko, J., & Widya, P. R. (2019). Analisis pengaruh sikap, desain tampilan, dan citra situs terhadap minat belanja pada situs belanja daring tokopedia di daerah istimewa yogyakarta. *Modus*, 31(1), 48–60.
hc:/Users/DELL/Downloads/1921-4224-1-SM.pdf
- Imancezar, R. G. (2011). *ANALISIS PENGARUH MOTIVASI KONSUMEN, PERSEPSI KONSUMEN, DAN SIKAP KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi pada Distro Districtsides di Semarang)*.
- Indrawati, L. (1992). *Sruktur Seni 1 (P. Setjoatmodjo, Ed)*. OPF IKIP Malang.
- Khristiana, Y., & Octaviani, A. (2019). *Pengaruh Keputusan Pembelian Melalui Online Shopping Pada Mahasiswa STIE AUB Surakarta*. 6(1), 29–36.
- Kotler, F., Keller, K. ., Brady, M., Goodman, M., & Hansen, T. (2009). *Marketing Management*.
- Kotler, K. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Erlangga.
- Kotler, P., & Keller. (2008). *Manajemen Pemasaran*. Erlangga.
- Laksmi P, K. W., & Lestara Permana, G. P. (2018). *PENGGUNAAN E-MONEY DALAM E-COMMERCE SEBAGAI PENDUKUNG LESS CASH SOCIETY*.
- Lincy, T. (2014). *Design Principle for Desktop Publishing (Vol. 2, Issue 3)*.
- M. Nisrina. (2015). *Bisnis Online: Manfaat Media Sosial Dalam Meraup Uang*. 23, 10–11.
- Miranda, S. (2017). Pengaruh Instagram Sebagai Media Online Shopping Fashion Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Riau. *Jom Fisip*, 4(1), 1–15. <https://beritagar.id/artikel/sains->
- Muafi, & Effendi, I. (2001). Mengelola Ekuitas Merek: Upaya Memenangkan Persaingan di Era Global. *Jurnal. EKOBIS*.
- Mudra, I. W. (2010). *Desain Kemasan Produk. Thesis, May*, 1–29.

- Mulyana, D. (2000). *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*.
- Nordvall, A. C. (2014). *Consumer Cognitive Dissonance Behavior in Grocery Shopping*.
- Nurdyansyah. (2017). Sumber Daya dalam Teknologi Pendidikan. *Universitas Negeri Surabaya*, 1–22.
- Philip, K. (1997). *Manajemen Pemasaran, Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian*.
- Priyambodo, G. (2019). *Pengaruh Marketing Public Relations Tools DBL Academy Terhadap Brand Awareness Pada Orang Tua Yang Memiliki Anak Usia 5-15 Tahun Di Surabaya*. 071511533035, 1–19.
- PT. Saint Technologies Indonesia. (2011). *Menuju Perdagangan Komoditi Online*. Percetakan El-Syarif.
- Riyanto, S., & Hatmawan, A. A. (2020). *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian Di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan dan Eksperimen (Pertama)*. Deepublish (CV Budi Utama).
- Rizki, M. (2021). *PENGARUH PERSEPSI DAN SIKAP KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PAKAIAN BEKAS PADA PASAR MONZA TANJUNGBALAI (STUDI KASUS PADA PENGUNJUNG PASAR MONZA TANJUNGBALAI)*.
- Rizqiani, M. N. (2015). *PENGARUH PERSEPSI KONSUMEN TENTANG RESIKO, PROMOSI DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK FASHION TOKO ONLINE PADA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA*.
- Rustan, S. (2009). Layout Dasar dan Penerapannya. In *American Journal of Research Communication* (Vol. 5, Issue August).
- Said, A. A. (2006). *Dasar Desain Dwimatra*.
- Sanyoto, S. E. (2010). *Nirmana: Elemen-Elemen Seni dan Desain (2nd ed.)*.

Jalasutra.

Shang, Q., Jin, J., Pei, G., Wang, C., Wang, X., & Qiu, J. (2020). Low-order webpage layout in online shopping facilitates purchase decisions: Evidence from event-related potentials. *Psychology Research and Behavior Management*, 13, 29–39. <https://doi.org/10.2147/PRBM.S238581>

Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.

Sugiyono. (2016a). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (23rd ed.). Alfabeta.

Sugiyono. (2016b). *Statistika Untuk Penelitian*. Alfabeta.cv.

Sugiyono. (2017a). *Metode Penelitian Kombinasi (mixed methods)*. Alfabeta.

Sugiyono. (2017b). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.cv.

Surakhmad, W. (2015). *PANDUAN PRAKTIS PENULISAN KARYA ILMIAH*. PT. Kompas Media Nusantara.

Susanto, M. (2011). *Diksi Rupa, Kumpulan Istilah dan Gerakan Seni Rupa*.

Susrini, N. K. (2010). *Cara Gampang Bikin Toko Online*. PT.Grasindo.

Tashandra, N. (2018). 80 Persen Konsumen Belanja Online Orang Muda dan Wanita. *KOMPAS.Com*.

Tawas, H., & Bernhard, T. (2017). *Metode Analisis Data Untuk Penelitian Manajemen & Bisnis* (1st ed.). Rumah Indie.

Walgito, B. (2001). *Pengantar Psikologi Umum*.

Walgito, B. (2005). *Pengantar Psikologi Umum*.

Wicaksono. (2010). *Panduan Praktis Buka Usaha dengan Modal Laptop*. Elex Media Komputindo.

Yusuf, M., & Yusuf, A. (2012). *1 Jam Membuat Toko Online dengan*

JoomlaVirtuemart.

