DAFTAR PUSTAKA

1. BUKU

A, Anwar, Prabu Mangkunegara. 2013. *Manajemen Sumber Daya Manusia Perusahaan*. Bandung: Remaja Rosdakarya.

Agung, A.A. 2012. *Metodologi Penelitian Pendidikan*. Singaraja: Undiksha.

Al-Zuhaily, Wahbah. 2011. *Fiqh Islami Wa Adillatuh*, (*Fiqh Islam Jilid 5, terjemahan. Abdul Hayyie al-Kattani*. Jakarta: Gema Insani.

Al-Zuhaily, Wahbah. 1985. *Al-Fiqhul Islam Wa Adillatuhu, Juz IV.* Bairut: Dar al-Fikr.

Arikunto, Suharsimi. 2006. *Manajemen Penelitian*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.

Arikunto, Suharsimi. 2013. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta, PT. Rineka Cipta.

Bawono, Anton. 2018. *Ekonometrika Terapan Untuk Ekonomi da Bisnis Islam, Aplikasi dengan Eviews.* Salatiga: Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat.

Burhanuddin, S. 2009. *Hukum Kontrak Syariah.* Yogyakarta: BPFE.

Dajan, Anto. 1986. *Pengantar Metode Statistik II*. Jakarta: LP3ES.

Engel. Dkk. 1994. *Perilaku Konsumen, Edisi 6, Jilid 1*. Jakrta: Binarupa Aksara.

Ghazali, Imam. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS.* Semarang: Badan Penerbit Universitas diPonegoro.

Gunawan, Imam. 2016. *Metode Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Bumi Aksara.

Hasan, M. Ali. 2003. *Berbagai Macam Transaksi dalam Islam*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.

Jusmaliani, dkk. 2008. *Bisnis Berbasis Syariah*. Jakarta: Bumi Aksara.

Kotler, Philip. 1996. *Manajemen Pemasaran-analisis, perencanaan, dan pengendalian*. Jakarta: Erlangga.

Kotler, Philip, & Kevin Lan, Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran Analisis Perencanaan, Implementasi, dan Pengendalian*. Jakarta: Erlangga.

Kotler, Philip & Gaary, Amstrong. 2004. *Prinsip-Prinsip Pemasaran, Edisi 12 Jilid I*. Jakarta: Erlangga.

Kuncoro, M. 2013. *Metode Riset untuk Bisnis & Ekonomi (Ed. ke-4)*. Jakarta: Erlangga.

Mustofa, Imam. 2016. *Fiqh Mu"amalah Kontemporer*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.

Mustofa, Imam. 2012. *Transaksi Elektronik (E-commerce) dalam Prespektif Fikih. Jurnal Hukum Islam.* (Volume 10, no. 2). Pekalongan: STAIN Pekalongan.

Musafa"ah, Suqiyah. 2013. *Hukum Ekonomi Dan Bisnis Islam I (Struktur Akad Tijariy dalam Hukum Islam)*. Surabaya: IAIN Sunan Ampel Press.

Sanjaya Ridwan & Sanjaya Wisnu. *Membangun Kerajaan Bisnis Online (Tuntunan Praktis Menjadi Pebisnis Online)*. Jakarta: Kompas Gramedia.

Rivai, Veithzal, dkk. 2011. *Islamic Transaction Law In Business Dari Teori Ke Praktik*. Jakarta: Bumi Aksara.

Salim, Munir. 2017. *Jual Beli Secara Online Menurut Pandangan Hukum Islam.* Al-daulah Vol 6/ No.2.

Sangadji, Etta Mamang & Sopiah. 2010. *Metodologi Penelitian Pendekatan Praktis dalam Penelitian*. Yogyakarta: Andi.

Sanusi, Arsyad. 2001. *E-commerce Hukum dan Solusinya*. Jakarta: PT Mizan Grafika Sarana.

Sarjono, Haryadi, dan Julianita, Winda. 2011. *SPSS vs LISREL, Sebuah Pengantar Aplikasi Untuk Riset*. Jakarta: Salemba Empat.

Schoorl, J.W. Soekardijo, R.G. 1988. *Modernisasi: Pengantar Sosiologi Pembangunan Negara-negara Sedang Berkembang* (terjemahan). Jakarta: Gramedia.

Sitoyo, Sandu. 2015. Dasar Metode Penelitian. Yogjakarta: Literasi Media Publishing.

Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D.* Bandung: CV. Alfabeta.

Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Bisnis Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Suhendi, Hendi. 2005. *Fiqh Muamalah*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.

Sujarweni,V. Wiratna. 2015. *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.

Supardi. 2005. *Metedologi Penelitian Ekonomi & Bisnis.* Yogyakarta: UII pres.

Supranto, J. 2000. *Teknik Sampling Survei & Eksprimen*. Jakarta: Rineka Cipta.

Suryani, Tatik. (2008). *Perilaku Konsumen; Implikasi pada Strategi Pemasaran.*Yogyakarta: Graha Ilmu.

Suryani, Tatik. (2013). *Perilaku Konsumen di Era Internet Implikasinya padaStrategi Pemsaran.* Yogyakarta: Graha Ilmu.

Sutisna. 2002. *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran* . Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.

Suwarman, Ujang. 2014. *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran, Edisi ke-2*. Jakarta: Ghalia Indonesia.

Suwarman, Ujang. 2004. *Perilaku Konsumen*. Bogor: Ghalia Indonesia.

Undang-undang Republik Indonesia Nomor 11 tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik, pasal 1.

Undang-undang Republik Indonesia Nomor 19 Tahun 2016 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik pasal 6.

Wiratna., S. V. 2014. *SPPS Untuk Penelitian.* Yogyakarta: Pustaka Baru Press.

Yusuf, A.Muri. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, & Penelitian Gabungan.* Jakarta: PT Fajar Interpratama Mandiri.

Yazid, Muhammad. 2014. *Hukum Ekonomi Islam (Fiqh Muamalah)*. Surabaya: UIN Sunan Ampel Press.

2. JURNAL

Amalia, Firda. 2011. Analisis Faktor Budaya, Sosial, Pribadi dan Psikologis Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Penambah Tenaga Cair Merek M – 150 di Semarang. Semarang: Skripsi Fakultas Ekonomi, Universitas diponegoro Semarang.

Ardiani, Dhiafati Rizki. 2019. Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Menggunakan Aplikasi Pembelian Tiket Film Tix.Id di Yogyakarta (studi kasus pada semua mahasiswa yang memiliki aplikasi tix.id dalam pembelian tiket bioskop di Yogyakarta). Skripsi Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Indonesia.

Bearden, Wiliam O, Etzel, Michael J. 1982. Reference Group Influence on Product and Brand Purchase Decions.Pers Universitas Chicago.

Cocanongher, A. Benton & Grady D. Bruce. 1971. Socially Distant Reference Groups and Consumer Aspirations. Journal of Marketing Research, 8.

Fitri, Irna. 2016. Analisis Promosi Penjualan Online, Harga, Kepercayaan, Dan Kemudahan Terhadap Keputusan Pembelian Online Ceker Brontak (Studi Pada Ceker Brontak Kota Bandar Lampung). Lampung: Skripsi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Lampung.

George, P. Moschis. 1976. Social Comparison and Informal Group Influence. Journal of Marketing Research, 13.

Nurul Anggraeni, Alvin. 2017. Pengaruh Perilaku Konsumen Terhadap Terhadap Keputusan Pembelian Tiket Bioskop Pada Situs TIX ID (Studi Pada Pengguna Aplikasi TIX ID Di Kota Samarinda). Samarinda: Skripsi Fakultas Ekonomi, Universitas 17 Agustus 1945 Samarinda.

Prayeg, G. Hosany, S. Muskat, B. & Del Chiappa, G. 2017. Understanding The Relationship Between Tourists, Emotional Expriences, Perceived Overall Image, Satisfaction, and Intention To Recomended Journal Of Travel Reseacrh.

Rangga, Dinisantia. 2019. Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, Dan Manfaat Yang Dirasakan Terhadap Keputusan Pembelian Tiket Pesawat Melalui Traveloka Di Bandar Lampung. Lampung: Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Lampung.

Riyanti, Eka. 2016. Analisis Pengaruh Sosial Terhadap Keputusan Konsumen dalam Membeli Bakso Adit Gambut. Banjarmasin: Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Antasari Banjarmasin.

Wijaya, S., & Oktavianti, R. 2018. Pengaruh Kualitas Pelayanan Belanja Daring terhadap Corporate Image (Studi Pada Pelanggan Perusahaan JD.id). Prologia, Vol. 2.

Zhou, L. Dai, L & Zhang, D. 2007. Online Shopping Acceptance Model: A Critical Survei of Consumer Factor In Online Shopping. Journal Of Electronic Commerce Researc, 8.

3. INTERNET

https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019
https://id.m.wikipedia.org/wiki/Bioskop/2020
http://play.google.com
https://trends.google.co.id/trends/?geo=ID
https://www.instagram.com/tix_id/?hl=id
https://www.tix.id.com/2020