

DAFTAR PUSTAKA

Buku:

- Afrizal. 2014. *Metode Penelitian Kualitatif: Sebuah Upaya Mendukung Penggunaan Penelitian Kualitatif Dalam Berbagai Disiplin Ilmu*. Jakarta : PT Raja Grafindo Persada.
- Berger, Peter L dan Thomas Luckmann. 1990. *Tafsir Sosial atas Kenyataan*. Jakarta: LP3ES
- Bungin, Burhan. 2013. *Sosiologi Komunikasi: Teori, Paradigma, dan Diskursus Teknologi Komunikasi di Masyarakat*. Jakarta: Kencana.
- Damsar. 2015. *Pengantar Teori Sosiologi*. Jakarta: Kencana
- Damsardani Indrayani. 2009. *Pengantar Sosiologi Ekonomi*. Jakarta: Kencana.
- Feri Sulianta. 2009. *Web Marketing*. Penerbit PT Elex Media Komputindo. Jakarta.
- Fukuyama, Francis. 2002. *TRUST*. Yogyakarta: CV. Qalam
- Moleong, Lexy J. 2004. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Penerbit Rosda.
- Ritzer, George. 2012. *Teori sosiologi : Dari Sosiologi Klasik sampai Perkembangan Terakhir Postmodern*. Yogyakarta. Pustaka Pelajar
- Riyanto, Geger. 2009. *Peter L Berger : Perspektif Meta-teori Pemikiran*. Jakarta. LP3ES
- Suyanto, Bagong. 2013. *Sosiologi Ekonomi; Kapitaslisme dan Konsumsi di Era Masyarakat Post-Modernisme*. Jakarta: Kencana.

Skripsi

- Anwar, Muhammad Zikri. 2014. "Cara Pedagang Membangun Trust". Padang: *Skripsi Jurusan Sosiologi FISIP Universitas Andalas*.
- Irfandi, Rifky. 2010. "Alasan Konsumen Membeli Produk pada Perdagangan Maya". Padang: *Skripsi Jurusan Sosiologi FISIP Universitas Andalas*.

Jurnal Ilmiah

Assegaff, Setiawan. 2015. "Pengaruh Trust (Kepercayaan) dan Online Shopping Experiences (Pengalaman Berbelanja Online) terhadap Perilaku Konsumen dalam Berbelanja Online: Perspektif Konsumen di Indonesia".

Li, X., & Hitt, L. M. (2008). *Self-selection and information role of online product reviews*. Information Systems Research, 19(4), 456-474.

Meyer & Schwager. (2007). "Understanding customer experience", USA Harvard Business Review, 1-12.

Moe, W.W., Schweidel, D.A. (2012). *Online Product Opinions: incidence, evaluation, and evolution*. Mark. Sci 31 (3), 372-386

Subawa, Nyoman Sri. 2018. "Transformasi Perilaku Konsumen Era Revolusi Industri 4.0"

Resnick, P., & Zeckhauser, R. (2002). *Trust among strangers in internet transactions: Empirical analysis of Ebay's reputation system*. The Economics of the Internet and E-commerce, 127-157.

Tan, Y., dan Thoen, W., 2000. *Formal Aspects of a Generic Model of Trust for Electronic Commerce*, Proceedings of the 33rd Hawaii International Conference on System Sciences, pp. 1-8.

Yu, J., Zha, Z. J., Wang, M., & Chua, T. S. (2011). *Aspect ranking: Identifying important product aspects from online consumer reviews*. Proceedings of the 49th Annual Meeting of the Association for Computational Linguistics: Human Language Technologies, Volume 1, 1496-1505.

Zhu, W. (2013). *Extracting implicit features in online customer reviews for opinion mining*. In Proceedings of the 22nd International Conference on World Wide Web (pp. 103-104).

Internet

<https://fisip.unand.ac.id/>

<https://iprice.co.id/>

<https://apjii.or.id/>

