

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, T., & Tantri, F. (2012). *Manajemen Pemasaran*. Depok: PT Raja Grafindo Persada.
- apjii.or.id. (2018). *Grafik Pengguna Internet di Indonesia* . Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia, APJII.
- Arifin, C. (2016, maret 10). *menangkap peluangbesari ndustri kreatif di era digital*. Diambil kembali dari www.tribunnews.com/: Arifin, C. (2016, Maret 10). *Tribun Bisnis*. Diambil kembali dari www.tribunnews.com: <http://www.tribunnews.com/bisnis/2016/03/10/menangkap-peluang-besar-industri-kreatif-di-era-digital>.
- Cahyo, A. (2011). *Inves Emas, Kaya Selangit!* Yogyakarta: Laksana.
- Chaffey, D. (2009). *E-Business and E-Commerce Management (4th edition)*. New Jersey: Prentice Hall.
- Darsono. (2008). *Metodologi Riset Agribisnis Buku II Metode Analisis Data*. Surabaya: UPN. Veteran.
- Fingar, P., Kumar, H., & Sharman, T. (2000). *Enterprise E-commerce*. Florida: Meghan Kiffer Press.
- Gao, Y. (2005). *Encyclopedia of Information Science and Technology*.
- goldprice.org. (2019). *Grafik Harga Emas per Gram dalam Rupiah*. Gold price online.
- Halim, A. (2000). *Dasar-dasar Akuntansi Biaya* (3 ed.). Yogyakarta: BPFE.
- Hang, L., Yuming, W., & Kim, X. (2013). *Engineering Science. Agricultural E-commerce Sites Evaluation Research*.
- Herliawan, D. A. (2014). EMBA. *Perancangan model E-commerce keripik pisang tunas metro*.
- <https://www.blibli.com/>. (2019, Juli 15). Diambil kembali dari <https://www.blibli.com/>: <https://www.blibli.com/jual/perhiasan->

emas?page=1&start=0&searchTerm=perhiasan%20emas&intent=true&merchantSearch=true&customUrl=perhiasan-emas&sort=0&category=PE-1000538

- Iman, N. (2009). *Investasi Emas, Investasi Bijak di Masa Krisis*. Jakarta: Daras Book .
- Indrajit, R. E. (2002). *Electronic Commercial : Strategi dan Konsep Bisnis di dunia maya*. Yogyakarta: Aptikom.
- Jagdish, N., & Sharma, A. (2006). International E-Marketing: Opportunities and issues. *International Marketing Review*.
- Karina, H. (2018). *4 Standar Akuntansi Keuangan yang Berlaku di Indonesia*.
- katadata.co.id. (2016, 11 16). *Transaksi E-Commerce Indonesia Naik 500% dalam 5 Tahun*.
Diambil kembali dari Katadata.co.id:
<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2016/11/16/transaksi-e-commerce-indonesia-naik-500-dalam-5-tahun>
- Kotler, P. (2006). *Manajemen pemasaran*. Jakarta: P.T Indeks Gramedia.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kusnandar, R. (2010). *Cara Cerdas Berkebun Emas* . Jakarta: Trans Media Pustaka.
- Kuswadi. (2005). *Meningkatkan Laba Melalui Pendekatan Akuntansi Keuangan dan Akuntansi Biaya*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- Lenskold, J. D. (2003). *The Path to Campaign, Customer, and Corporate, Profitability by James D Lenskold*. McGraw-Hill Professional.
- Lovenia, H. (2016). *Stadium Generale: Rebut Pasar Dunia Berbekal Ekonomi Kreatif*.
Diambil kembali dari Institut Teknologi Bandung: <http://www.itb.ac.id>.
- Medah, B. (2016). E commerce sebagai pendukung pemasaran perusahaan. *Jurnal Partner Timur*, Vol 16 No. 1. Hal 74-81.
- Onno, W. P., & Aang, A. W. (2001). *Mengenal Ecommerce*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Siegel, J., & Jae, K. (1999). *Kamus Istilah Akuntansi*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Simamora, H. (2000). *Akuntansi Basis Pengembangan Keputusan Bisnis*. Jakarta: Kencana.

- Sulthoni, M. (2016). *Pemanfaatan E-commerce pada pemasaran produk agribisnis*. Malang: Universitas Maulana Malik Ibrahim.
- Suranegara.com. (2019, Maret 7). *Suranegara*. Diambil kembali dari Suranegara.com: <http://suranegara.com/harga-pembuatan-website/>
- Sutopo, & Suryanto, A. (2003). *Pelayanan Prima*. Jakarta: Lembaga Administrasi Negara Republik Indonesia.
- Suwandi. (2018). Bedah Strategi Perhitungan Rasio Tingkat Kewirausahaan. *Pokok-Pokok Pikiran Kewirausahaan dan Pengukurannya*.
- Swastha, B. (2001). *BManajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: BPFE.
- Tanuwidjaja, W. (2009). *Cerdas Investasi Emas*. Yogyakarta: Medpress.
- Wahjono, S. I. (2010). *Bisnis Modern*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Winardi. (1991). *Marketing dan Perilaku Konsumen*. Bandung . Makasar: Mandar Maju.
- Winardi, J. (2005). *Manajemen Perubahan (The Management of Change)*. Jakarta: Prenada Media.
- Yanura, Z. (2006). Jurnal EMBA. *Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Penggunaan Ecommerce*.
- Yustika , A. (2013). *Ekonomi Kelembagaan : Paradigma, Teori, dan*. Jakarta: Erlangga.