

DAFTAR PUSTAKA

- Adi, Riqi Nugroho. 2013. Analisis Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Dengan Sistem Pre Order Secara online. Semarang:Universitas Diponegoro.
- Alma, Buchari. 2014. Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. Bandung: Alfabeta.
- Anurrofiq Ananda 2007. *Manajemen Ekuitas Merek : Memanfaatkan Nilai Dari Suatu Merek*. Spektrum Mitra Utama. Jakarta.
- Assauri, Sofjan. 2011. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada.
- Baurlakis dan Fox. 2009. Buku Manajemen Pemasaran Jasa. Edisi I. Penerbit: Bayu Media.
- Brown, J.B., & Gambetta, M. H. 2011. *Trustworthiness as a Source of Competitive Advantage*. *Journal of Strategic Management*, vol. 15, pp. 175-190. Retrieved 1994.
- Ferdinand. 2009. *Merek & Psikologi Konsumen, Implikasi pada Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Griffin, P.M. & Cannon, J.P. 2009. *An Examination of the Nature of Trust in BuyerSeller Relationships*. *Journal of Marketing*, vol 61, No.2, pp. 35-51. Retrieved 1997, from ABI/INFORM (Proquest) database.
- Hasan, Gunawan, Marzuki.2009. Statistik Terapan Untuk Penelitian Ilmu-ilmu Sosial. Penerbit: Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Jarvenpaa dan Todd, Jerry. 2010. Consumer behavior, Prilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran, Edisi Keempat. Alih Bahasa Damos Sihombing. Jakarta : Erlangga.
- Jiang, P., Rosenbloom, B. 2011. "Customer intention to return online: price perception, attribute-level performance, and satisfaction unfolding over time". *European Journal of Marketing*, 39(1/2), 150-174.
- Joy Bernadette, Mandey. 2006. *Promosi, Distribusi, Harga Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Rokok Surya Promild (Online)*. jilly_mandey@ymail.com.
- Kiennar dan Taylor, 2009, *Prinsip Pemasaran*, Jilid I (Edisi ke 7), Jakarta.

- Kotler, Philip., dan Gary Armstrong., 2004, Dasar-Dasar Pemasaran, Edisi kesembilan, Jilid 1, dialihbahasakan oleh Alexander Sindoro, Jakarta:Indeks.
- Kotler, Philip. 2017. Manajemen Pemasaran di Indonesia. Alih Bahasa AB.
- Lichistein, John, C., dan Minor, M., (2013), Perilaku Konsumen Jilid 1, Edisi Kelima (terjemahan), Erlangga, Jakarta.
- Meyer, et.al , 2009. *Promosi, Citra Merek, Dan Saluran Distribusi Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Terminix Di Kota Manado (Online)*. mohamadhidayah@yahoo.com
- Moordiningsih, Firman Adi. 2010. Analisis Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Motif Belanja Online Pada Lejel Home Shopping Di Makassar. Makassar: Universitas Hasanuddin.
- Peter, J. Paul dan Jerry C. Olson, 2000, Perilaku konsumen dan strategi pemasaran. Jakarta: Erlangga.
- Sarwono, J. Dan Prihartono, Sarwono, J. Dan Prihartono, K. (2012). Perdagangan Online: Cara bisnis diInternet : Elex Media Koputindo.
- Setiadi, Nugroho J. 2010. Perilaku Konsumen. Jakarta: Kencana.
- Shimp Majid., Delaveri Davood., Tavassolo Nafiseh., Barati Razieh., 2013, Impacts of Utilitarian and Hedonistic Values of Online Shopping on Preferences and Intentions of Consumers, International Journal Of Academic Research In Business And Sciences.
- Sigit, Christianus. 2010, *Mudah Membuat Toko Online Dengan OsCommerce*. Yogyakarta, Andi.
- Sonja, Hartono dan Ewaide. 2011. Pengaruh Atribut Supermarket Terhadap Motif Belanja Hedonik Motif Belanja Utilitarian Dan Loyalitas Konsumen, jurnal manajemen pemasaran, Vol.6, No 1 April 2011.
- Spica, J. & Sirdeshmukh, D. (2010). *Agency and Trust Mechanisms in Customer Satisfaction and Loyalty Judgments*. *Journal of the Academy of Marketing Science*, vol. 28, no.1, pp.150-167. Retrieved 2000, from (Proquest) database.
- Sutisna J, Statistik Untuk Pemimpin Berwawasan Global, Salemba Empat, Jakarta, 2001. Turban, McLean, Wetherbe, "Information Technology or Management", Wiley International Edition, 2010.

Suwarto dan Suharto. 2013. "Analisis Faktor-Faktor Pelayanan Administrasi Akademik Terhadap Kepuasan Mahasiswa Universitas Muhammadiyah", Jurnal Manajemen.vol, No 2 (2013).

Tjiptono, Fandy, dkk. 2008. *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta: Andi Offset.

Yilmaz, 2009. Statistik Konsep Dasar, Aplikasi, dan Pengembangannya Edisi Pertama. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.

Yousafjal. 2007. Perilaku Konsumen. Edisi Kelima. Jakarta: Penerbit Binarupa Aksara.

Yun dan Chang. 2011. Consumer behavior, Prilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran, Edisi Keempat. Alih Bahasa Damos Sihombing. Jakarta : Erlangga.

Zhau, Dai dan Zhang. 2009. 11. Metode Penelitian Manajemen , Semarang: Penerbit Universitas Diponegoro. Hirschman, E.C. and Holbrook, M.B.,1982, Hedonic Consumption: Emerging Concept, Journal of Marketing, vol. 16, pp, 92-101.

<http://amiekusuma.wordpress.com/2013/04/28/mengapa-memilih-belanja-online/>

<http://scholar.google.com/scholar?q=keputusan+pembelian+secara++online&btn>