

## DAFTAR PUSTAKA

- Alma, B. (2016). *Manajemen pemasaran dan pemasaran jasa*, Bandung: Alfabeta.
- Ferdinand, A. (2011). *Metode penelitian manajemen*, Edisi 3, Semarang: Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2014). *Structural equaton modeling*, Semarang: Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2015). *Partial least square menggunakan smartPLS 3.0*, Semarang: Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi analisis multivariete dengan program IBM SPSS 23*, Edisi 8, Semarang: Universitas Diponegoro.
- Hasan, A. (2013). *Marketing dan kasus-kasus pilihan*, Jakarta: PT. BUKU SERU.
- Heijden, H.V.D, Verhagen, T, & Creemers, M. (2003). 'Understanding online purchase intentions: contributions from technology and trust perspective', *European Journal of Information System*, page. 41-48.
- Jafar, F. (2014). *Manajemen jasa*, Bogor: Ghalia Indonesia.
- Kotler, P & Keller, K.L. (2013). *Manajemen pemasaran*, (Bob Sabran, Penerjemah), Edisi 13, Jakarta: Erlangga.
- Kusuma, D.F & Septarini, B.G. (2013). 'Pengaruh orientasi belanja terhadap intensi pembelian produk pakaian secara online pada pengguna online shop', *Jurnal Psikologi Indsutri dan Organisasi*, Vol. 02, No. 1, hlm. 1-10.
- Lovelock, C., Wirtz, J., Mussry, J. (2010). *Pemasaran jasa*, (Dian Wulandari dan Dervi Banadri Putera), Edisi 13, Jakarta: Erlangga.
- Lupiyoadi, R. (2013). *Manajemen pemasaran jasa*, Jakarta: Salemba Empat.
- Mangkunegara, A.P. (2012). *Perilaku konsumen*, Bandung: PT. Refika Aditama.
- M&S Digital Marketing. *Popular brand index*. Diakses 07 Februari 2017, Dari: <http://nusaresearch.com/pbi/zoom.php?ID=94&IDbrand=44&IDcategory=4>
- Nusarika, L.A.K & Purnami, N.M. (2015). 'Pengaruh persepsi harga, kepercayaan, dan orientasi belanja terhadap niat beli secara online', *E-Journal Management Unud*, Vol. 4, No. 8, hlm. 2380-2406.

- Noor, J. (2015). *Analisis data penelitian ekonomi dan manajemen*, Jakarta: PT. Grasindo.
- Oentoro, D. (2013). *Manajemen pemasaran modern*, Yogyakarta: LaksBang Pressindo.
- Peter, P.J & Olson, J.C. (2013). *Perilaku konsumen & strategi pemasaran* ( Diah Tantri Dwiandani, Penerjemah), Edisi 9, Jakarta: Salemba Empat.
- Rekarti, E & Hertina, L. (2014). 'Beberapa faktor yang berpengaruh terhadap minat beli *online* pada situs jual beli tokobagus.com', *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Sosial*, Vol. 2, No. 3, hlm. 311-318.
- Sangadji, E.M & Sopiah. (2013). *Perilaku konsumen*, Yogyakarta: Andi.
- Sarjono, H & Julianita, W. (2011). *SPSS vs LISREL*, Jakarta: Salemba Empat.
- Schiffman, L.G & Wisenblit, J.L. (2015). *Consumer behavior*. united states of amerika: Pearson.
- Serfiani, C.Y, & Purnomo S.D, dan Hariyani, I. (2013). *Buku pintar bisnis online Dan Transaksi Elektronik*, Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Setiawan, R & Achyar, A. (2012). 'Effects of perceived trust and perceived on customers' intention to buy in *online* store in indonesia', *Asean Marketing Journal*, Vol. IV, No. 1, page. 26-36.
- Sugiyono. (2015). *Metode penelitian manajemen*, Bandung: Alfabeta.
- Thamizhvanan, A & Xavier, M.J. (2013). 'Determinants of customers' *online* purchase intention: an empirical study in india'. *Journal of Indian Business Research*, Vol. 5, No. 1, page. 17-32.
- Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran jasa*, Yogyakarta: Andi.
- Universitas pembangunan nasional "veteran" Jakarta. (2017). Pedoman penulisan tugas akhir skripsi di fakultas ekonomi dan bisnis UPN "veteran" Jakarta. Lembaga penelitian dan pemberdayaan masyarakat, Jakarta.