

## DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, S. 2010. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Rineka Cipta. Jakarta.
- Achyar, A. dan Brilliant, A. (2013). The Impact of Satisfaction and Trust on Loyalty of E-Commerce Customer. *ASEAN Marketing Journal*.
- Amperaningrum, I. dan N.U Ridanti. 2014 Pengaruh Harga, Citra Merek, Kualitas Produk dan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Daihatsu (Studi Kaspada Pemilik Mobil Daihatsu di Wilayah Kota Bekasi). *Jurnal Universitas Gunadarma* . Jawa Barat.
- Andy P., Et al. (2014). Pengaruh Kepercayaan dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Online (Studi pada pelanggan Website Ride Inc. *Jurnal Administrasi Bisnis Universitas Brawijaya*.
- Anggraeni, P. 2017. Pengaruh Kepercayaan dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online pada Situs WWW.Traveloka.Com. *Jurnal Manajemen* 3(2): 1880.
- Aldrich, M. 2013. Online Shopping. <https://en.wikipedia.org>. 23 Oktober 2017 (14.14).
- Alma, B. 2013. *Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan*. CAPS (Center For Academic Publishing Service). Yogyakarta
- Evelina, N., Et al. 2012. Pngaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Perdana Telkomflexi ( Studi Kasus pada Konsumen Telkomflexi di Kecamatan Kota Kudus Kabupaten Kudus). *Diponegoro Journal Of Social And Politic: 1-2*
- Fitria, A. 2017. Pengaruh Bauran Pemasaran, Kualitas Pelayanan, Terhadap Keputusan Pembelian Pada Kupunya Rumah Mode. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen* 6(4) : 2461 – 0593
- Febriana, F. 2015. Pengaruh Hedonic Shopping Motivation dan Fashion Involvement Terhadap Impulse Buying melalui Positive Emotion. *Skripsi*. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA). Surabaya.
- Ghozali, I. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. (Trans: Appication of Multivariate Analysis using SPSS). Badan Penerbit UNDIP. Semarang

- \_\_\_\_\_. 2013. Aplikasi Analisis Multivariat dengan program IBM SPSS 21 Edisi 7. Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang
- Gudono. 2014. Analisis Data Multivariat. Edisi Keempat. BPF. Yogyakarta.
- John C. Mowen dan Michael Minor. 2001. Perilaku Konsumen. Edisi Kelima. PT Penerbit Erlangga. Inc. Harcourt
- Kotler, P. dan G. Amstrong. 2008. Prinsip – Prinsip Pemasaran. Edisi 12. jilid 2. Pearson Prentice Hall International, Inc. New Jersey
- \_\_\_\_\_. 2012. Principle Of Marketing. Prentice Hall International, Inc. New Jersey
- Kotler, P. dan C. Keller. 2012. Menejemen Pemasaran. Edisi 14. Indeks Kelompok Gramedia. Jakarta.
- \_\_\_\_\_. 2013. Manajemen Pemasaran. Edisi 13 Jilid 1 Erlangga. Jakarta.
- Lembang, R. D. 2010. Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi, dan Cuaca Terhadap Keputusan Pembelian Teh Siap Minum dalam Kemasan Merek Teh Botol Sosro. (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi S1 Reguler II Universitas Diponegoro). *Skripsi*. Program Studi Strata Satu Fakultas Universitas Diponegoro. Semarang.
- Liputan 6. 2015. Shopee, Aplikasi Belanja Online C2C Meluncur di Indonesia. <http://teknoliputan6.com>. 23 Oktober 2017 (14.30).
- Maharani, A.D. 2010 . Analisis Pengaruh Kepercayaan dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah Tabungan Bank Mega Syariah Cabang Semarang. *Skripsi*. Universitas Diponegoro. Semarang.
- Manap, A. 2016. Revolusi Manajemen Pemasaran. Edisi Pertama. Mitra Wacana Media Jakarta
- Mangkunegara P.A. 2002. Perilaku Konsumen. Edisi Revisi. PT Refika Aditama. Bandung
- \_\_\_\_\_. 2009. Perilaku Konsumen. PT. Refika Aditama. Bandung.
- Masri, S. 2009. Metode Penelitian Survei. LP3ES. Jakarta.
- Mowen, J.C dan M. Minor. 2008. Consumer Behavior. 6 Edition. Prentice Hall, Inc. New Jersey

- Nasir, A. 2017. Pengaruh Harga, Promosi, dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Akses Internet PT. Padi Internet Pasuruan. *Jurnal Manajemen* 2(1): 523 – 887.
- Rahayu, P. D. 2017. Pengaruh Kemudahan, Kepercayaan, dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online di Tokopedia. Skripsi. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA). Surabaya
- Rahma, N. 2017. Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Pada Shopping Center Batu Wonderland Kota Batu. *Jurnal Riset Manajemen*. 2(1): 544 - 1278.
- Reza . 2015. “Pengaruh Fitur Chatting dan Tawar Pada Aplikasi Shopee Terhadap Kepuasan Pelanggan”. *Skripsi*. Program S1
- Santoso, S. 2011. Statistik Multivariat. PT. Elek Media Komputindo kelompok Gramedia. Jakarta.
- Sangadji, E.M. 2013. Perilaku Konsumen. Edisi Pertama. C.V ANDI OFFSET
- Subagiyo, P.J. 2011. Metodologi Penelitian Dalam Teori Dan Praktek. Aneka Cipta. Jakarta
- Sugiyono. 2007. Metode penelitian Bisnis. CV Alfabeta. Bandung.
- \_\_\_\_\_. 2012. Metode Penelitian Kombinasi 1(Mixed Methods). Cetakan Ke-2. CV Alfabeta. Bandung
- \_\_\_\_\_. 2014. Statistika untuk Penelitian. CV Alfabeta. Bandung
- \_\_\_\_\_. 2016. *Metode Penelitian dan Pengembangan Research and Development*. Cetakan ke-2. CV Alfabeta. Bandung
- Setiadi, N. 2008. Perilaku Konsumen Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran. Kencana. Jakarta
- Sutabri, T. (2012). Konsep Sistem Informasi. Yogyakarta: Penerbit Andi Publisher
- Tjiptono, F. 2008. *Strategi Pemasaran*. Andi. Yogyakarta