

## DAFTAR PUSTAKA

- Kotler., & Keller. (2007). Pengertian Manajemen Pemasaran.
- Adi., Lupiyo. (2006:6). Manajemen pemasaran adalah suatu analisis, perencanaan, pelaksanaan serta kontrol program-program yang telah direncanakan dalam hubungannya dengan pertukaran-pertukaran yang diinginkan terhadap konsumen yang dituju untuk memperoleh keuntungan pribadi maupun bersama.
- Kotler. (2009 : 76). Bauran Pemasaran (*marketing mix*) adalah seperangkat alat pemasaran yang dapat dikendalikan (*product, place, promotion, price*) yang diterapkan ke produk dari perusahaan itu sendiri untuk menghasilkan respon yang diinginkan terhadap pasar.
- At al, Hoffman.* (2006). *E-service* adalah jasa elektronik atau pelayanan elektronik yang dihubungkan melalui internet dan dapat membantu dalam penyelesaian masalah, tugas atau transaksi.
- Bateson. (2006). *E-service* adalah suatu konsep bisnis yang dimana dikembangkan melalui *e-commerce* yang dimana melakukan suatu hubungan pelayanan dengan pelanggan melalui suatu *world wide web (WWW)* dan juga melengkapi penjualan suatu produk dan jasa perusahaan tersebut.
- Kotler., & Armstrong. (2008:181). Keputusan pembelian konsumen adalah membeli merek yang paling disukai dari berbagai alternatif yang ada, tetapi dua faktor bisa berada antara niat pembelian dan keputusan pembelian.
- Kotler., & Armstrong. (2008:179). 5 tahap keputusan pembelian.
- Sutisna., & Sunyoto. (2013:86). Tiga hal penting dari memahami model keputusan pembelian konsumen.
- Winardi., dalam Sunyoto (2013:91). Proses pengambilan keputusan konsumen.
- Businessweek., Bloomberg.* (2013). Hasil survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII).
- Tjiptono. (2005:121). Dua faktor utama kualitas jasa.

- Laudon. (2003:45). 3 jenis *e-commerce* berdasarkan sifat penggunaannya.
- Hidayat. (2008:7). Komponen standar yang dimiliki dan tidak dimiliki transaksi bisnis yang dilakukan secara *offline*.
- Nugroho., Adi. (2006:19). Menjelaskan ada beberapa keuntungan perdagangan elektronik bagi perusahaan, yaitu memperpendek jarak, perluasan pasar, perluasan jaringan mitra bisnis, dan efisien.
- Nugroho., Adi. (2006:22). Menjelaskan *e-commerce* juga memiliki sedikit kerugian yaitu meningkatkan individualisme, terkadang menimbulkan kekecewaan, dan tidak manusiawi.
- Rowley. (2006). Ada 8 manfaat layanan elektronik.
- Kotler, Philips., dan Lane, Kevin. (2009:54). Ada 4 menilai kualitas jasa *online*.
- Ghozali. (2004). Kausalitas menjelaskan suatu hubungan antara variabel-variabel melalui pengujian hipotesis.
- Sugiyono. (2012: 11). Metode kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme.
- Sugiyono. (2010: 117). Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.
- Sugiyono. (2010: 118). Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut.
- Schindler., & Cooper. (2011). *Purposive sampling* adalah metode pengambilan sampel yang memenuhi kriteria tertentu sebagai anggota sampel.
- Sugiyono. (2012:300). Teknik pengambilan sampel pada dasarnya dikelompokkan menjadi dua yaitu *Probability Sampling* dan *Non-probability sampling*.

- Suliyanto. (2005:124). *Non-probability sampling* adalah teknik pengambilan sampel di mana setiap anggota populasi tidak mempunyai kesempatan yang sama untuk dijadikan sampel.
- Sugiyono. (2012:125). *non-probability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang/kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel.
- Suliyanto. (125:2005). *Purposive sampling* adalah penetapan sampel berdasarkan kriteria-kriteria tertentu.
- Sugiyono. (2012:126). Teknik pengambilan sampel *purposive* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Dalam penelitian ini peneliti akan menetapkan beberapa kriteria sampel.
- Neuman. (2000). 3 cara pengumpulan data dengan *communication study*.
- Suliyanto. (2009). Kuesioner merupakan metode pengumpulan data yang dilakukan untuk mengumpulkan data dengan cara membagi daftar pertanyaan kepada responden agar responden tersebut memberikan jawabannya.
- Sugiyono. (2010). Menjelaskan bahwa skala likert adalah mengukur sikap, pendapatan, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial.
- Suliyanto. (2009:146). Validitas sebuah alat ukur ditunjukkan dari kemampuan mengukur apa yang seharusnya diukur.
- Azwar. (2000). Validitas adalah sejauh mana ketepatan dan kecermatan suatu alat ukur dalam melakukan fungsinya.
- Jogiyanto. (2007). Menjelaskan bahwa uji validitas dalam penelitian dinyatakan sebagai suatu derajat ketepatan alat ukur penelitian tentang inti atau arti sebenarnya yang diukur.
- Suliyanto. (2005). Terdapat dua macam validitas penelitian berdasarkan cara pengujiannya, yaitu validitas *internal* dan *eksternal*.

Jogiyanto. (2007). Reliabilitas adalah derajat ketepatan, ketelitian, atau keakuratan yang ditunjukkan oleh instrumen pengukuran dimana pengujiannya dalam dilakukan secara internal.

Ghozali. (2001). Cara mengetahui apakah data berdistribusi normal atau tidak.

Ghozali. (2007). Dalam analisis regresi berganda, selain mengukur kekuatan hubungan antar dua variabel atau lebih, juga menunjukkan arah hubungan antara variabel dependen dengan variabel independen.

Suharyadi., & Purwanto. (2004). Analisis regresi berganda adalah suatu teknik yang digunakan untuk membangun suatu persamaan yang menghubungkan antara variabel tidak bebas (Y) dengan variabel bebas (X) dan sekaligus untuk menentukan nilai ramalan atau dugaannya.

(Sumber: <http://www.antaranews.com/berita/414167/apjii-pengguna-internet-di-indonesia-terus-meningkat>)

(Sumber:[https://www.academia.edu/3834242/Pengembangan\\_Model\\_Kualitas\\_Jasa\\_Penjualan\\_Online\\_Tiket\\_Penerbangan\\_Berdasarkan\\_Integrasi\\_HSQM\\_dan\\_Bauran\\_Pemasaran\\_PPS-MTI\\_](https://www.academia.edu/3834242/Pengembangan_Model_Kualitas_Jasa_Penjualan_Online_Tiket_Penerbangan_Berdasarkan_Integrasi_HSQM_dan_Bauran_Pemasaran_PPS-MTI_))

(Sumber: <http://skripsi-manajemen.blogspot.com/2011/02/pengertian-definisi-kualitas-pelayanan.html>)

(Sumber: <http://www.kajianpustaka.com/2013/04/perdagangan-elektronik-e-commerce.html>)

(Sumber: [http://id.wikipedia.org/wiki/Layanan\\_elektronik](http://id.wikipedia.org/wiki/Layanan_elektronik))

(Sumber: <http://akasharecord.blogspot.com/2011/11/tentang-e-service.html>)

(Sumber: <http://skripsi-manajemen.blogspot.com/2012/12/pengertian-keputusan-pembelian.html>)