

DAFTAR PUSTAKA

- Aldianto, A. (2012). Analisis Pengaruh E-Retailing Attributes Terhadap E-Satisfaction Pada Situs Belanja Online Bhinneka.com Di Surabaya. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Vol 1, No.4*.
- Alhasanah, Kertahadi, dan Riyadi. (2014). Pengaruh Kegunaan, Kualitas Informasi dan Kualitas Interaksi Layanan Web E-Commerce Terhadap Keputusan Pembelian Online (Survei pada Konsumen www.getscoop.com). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB), Vol. 15, No.2*.
- Anggraini, N. A. (2012). E-Retailing. Diakses di (<https://serenadeyourbreath.wordpress.com/2012/10/01/e-retailing/>), pada 20 April, 2016.
- Arum, D. L. (2013). *Pengaruh Kepercayaan dan Kualitas Website Terhadap Sikap Pelanggan Serta Dampaknya Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Toko Online "My Sorella"*. Skripsi, Semarang: Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro.
- Assauri, Sofjan. (2014). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Berliyanto. (2015). Profil Pengguna Internet di Indonesia Tahun 2015. Diakses di (<http://blog.idkeyword.com/profil-pengguna-internet-di-indonesia-tahun-2015/>), pada 20 April, 2016.
- Cooper, Donald R. & Emory, C. William. (1998). *Metode Penelitian Bisnis. Jilid 2, Edisi Kelima*. Jakarta: Erlangga.
- Cooper, Donald R. & Schindler, Pamela S. (2006). *Metode Riset Bisnis. Volume 1, Edisi Sembilan*. Jakarta: PT Media Global Edukasi.
- Daryanto. (2011). *Sari Kuliah Manajemen Pemasaran*. PT. Sarana Tutorial Nurani Sejahtera.
- Djakarta, D. I. (2012). *Pengaruh Marketing Mix Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Indonesia Seller Perusahaan E-Commerce eBay)*. Skripsi, Semarang: Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro.
- Febriano, Redho. (2012). Marketplace. Diakses di (<https://febrianoredho.wordpress.com/2012/12/13/marketpace/>), pada 20 April 2016.

- Firnanda, D. W. (2015). Pengaruh Persepsi Konsumen Mengenai Store Environment Terhadap Intensi Pembelian Ulang Di Toko Aksesoris “X” Matos. Diakses di ([https://www.academia.edu/10292881/PENGARUH_STORE_ENVIRONMEN T TERHADAP INTENSI PEMBELIAN ULANG DI TOKO X AKSESORIS MATOS](https://www.academia.edu/10292881/PENGARUH_STORE_ENVIRONMEN_T_TERHADAP_INTENSI_PEMBELIAN_ULANG_DI_TOKO_X_AKSESORIS_MATOS)), pada 25 April 2016.
- Ghozali, I. (2008). *Desain Penelitian Eksperimental*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Hidayat, Anwar. (2013). Uji Homogenitas. Diakses di (<http://www.statistikian.com/2013/01/uji-homogenitas.html>), pada 20 April, 2016.
- Jogiyanto, H.M. (2014). *Metodologi Penelitian Bisnis. Edisi 6, Cetakan Kedua*. Yogyakarta: BPF.
- Kotler, Philip & Keller, K.L. (2007). *Manajemen Pemasaran. Edisi Kedua Belas, Jilid 1, Edisi Bahasa Indonesia*. Jakarta: Indeks.
- Loo, Richard. (2011). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan, Kepercayaan, dan Kesetiaan Konsumen Dalam Membeli Produk di Website Online Kaskus. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Vol.1, No.3*.
- Magdalena, Nonie. (2005). *Analisis Pengaruh Situasi, Produk, Individu Pada Perilaku Konsumen dan Mengkonsumsi Makanan Ringan*. Tesis, Yogyakarta: Program Pasca Sarjana Universitas Gadjah Mada.
- Meldarianda, Resti dan Lisan S., H. (2010). Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Resort Café Atmosphere Bandung. *Jurnal Bisnis dan Ekonomi (JBE)*, Hal. 97 – 108.
- Mowen C. John dan Minor Michael. (2002). *Perilaku Konsumen. Edisi Kelima, Jilid 2*. Jakarta: Erlangga.
- Nitisusastro, Mulyadi. (2013). *Perilaku Konsumen*. Bandung: Alfabeta, CV.
- Nursalim dan Wiradinata. (2016). Analisis Jalur Pengaruh Kepercayaan Konsumen dan Desain Website Terhadap Minat Beli Ulang, dengan E-Commerce Sebagai Variabel Intervening: Studi Kasus Pada Produk E’Chick Secara Online. *Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis, Vol. 1, No.1*.
- Oetomo, B. S. D. (2001). *Perspektif e-Business. Edisi 1, Cetakan Satu*. Yogyakarta: Andi.

- Peng Liang, Ting & Jen Lai, Hung. (2002). Effect of Store Design on Consumer Purchases: Van Empirical Study of On-line Bookstores. *Journal of Information & Management* 39 (2002) 431-444.
- Piarna, Rian. (2014). Pengaruh Sumber Informasi dan Kualitas Website terhadap Kepercayaan Pelanggan dalam Menentukan Keputusan Bertransaksi pada E-Commerce (Studi pada Pelanggan E-Commerce di Indonesia). *Jurnal Aplikasi Manajemen, Vol. 12, No.1.*
- Pratama, Suyadi, dan Susilo. (2014). Persepsi User Terhadap Desain Website eCommerce (Studi Pada Pengguna Website JKM Store). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB), Vol. 9, No. 1.*
- Rahadi, D.R. (2011). Pengaruh Karakteristik Website Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Teknologi Informasi Politeknik Telkom, Vol.1, No.1.*
- Rizky, M. F. dan Yasin, H. (2014). Pengaruh Promosi dan Harga Terhadap Minat Beli Perumahan Obama PT. Nailah Adi Kurnia SEI Mencirim Medan. *Jurnal Manajemen & Bisnis, Vol. 14, No.2.*
- Saidani, Basrah dan Arifin, Samsul. (2012). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen dan Minat Beli Pada Ranch Market. *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI), Vol. 3, No.1.*
- Saragih, Hoga. (2012). Pengaruh Intensi Pelanggan Dalam Berbelanja Online Kembali Melalui Media Teknologi Informasi Forum Jual Beli (FJB) KASKUS. *Journal of Information System, Volume 8 Issue 2.*
- Schiffman dan Kanuk. (2008). *Perilaku Konsumen. Edisi Tujuh.* Jakarta: Indeks.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Bisnis. Cetakan ke-16.* Bandung: Alfabeta, CV.
- Suhari, Yohanes. (2008). Desain Web Berorientasi Konsumen. *Jurnal Teknologi Informasi DINAMIK, Vol. 12, No.2.*
- Sunyoto, Danang. (2015). *Manajemen Bisnis Ritel.* Yogyakarta: Center for Academic Publishing Service.
- Syamsuddin, S. (2011). *Penerapan E-Bisnis Pada Toko Online.* Makalah, Yogyakarta: Jurusan Teknik Informatika Strata 1 STMIK AMIKOM.
- Wibowo, R.A. (2015). Kesuksesan E-Commerce (Online Shopping) Melalui Trust dan Customer Loyalty. *Jurnal Ekonomi Bisnis Tahun 20, No.1.*

Wowor, V. R. (2013). Bauran Pemasaran Jasa, Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Mobil Toyota Avanza Veloz PT. Hasjrat Abadi Manado. *Jurnal EMBA, Vol.1, No.4.*

