

## DAFTAR PUSTAKA

- Anggraini, L. (2011). *Populasi dan Sampel*. Diakses pada 28 Februari, 2017, dari <http://lusi-angraini.blogspot.co.id/2011/12/populasi-dan-sampel.html>
- Aziz, A.N., Yasin, M.N., dan Kadir, S.A. (2008). *Web Advertising Beliefs and Attitude: Internet Users' View*. *The Business Review, Cambridge*, 9 (2), 337.
- Baum, D. (1999). *E-commerce*, Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Chaubey, D.S., Sharma, L.S., dan Pant, M. (2013). *Measuring the Effectiveness of Online Advertisement in Recalling a Product: An Empirical Study*. *Journal of Management Convergence*, 4(2), hal. 37-47.
- Cooper, D.R., dan Schindler, P.S. (2006). *Metode Riset Bisnis*, Volume Kedua, Edisi Kesembilan, Jakarta: PT Media Global Edukasi.
- Danaher, P.J., Mullarkey, G.W. (2002). *Factors Affecting Online Advertising Recall*. *Journal of Advertising Research*, hal. 1-36.
- Dreze, X., dan Hussher, F.X. (2003). *Internet Advertising: Is Anybody Watching?* *Journal of Interactive Marketing*, 17, hal. 8-23.
- Ducoffe, R.H. (1996). *Advertising Value and Advertising on the Web*. *Journal of Advertising Research*, 36(5), hal. 21-35.
- Faber, R.J., Lee, M., dan Nan, X. (2004). *Advertising and The Consumer Information Environment Online*. *American Behavioral Scientist*, 48, hal. 447-466.
- Ghozali, I. (2007). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gong, W., dan Maddox, L.M. (2003). *Measuring Web Advertising Effectiveness in China*.

- Journal of Advertising Research*, 43, hal. 34-49.
- How Popular is traveloka.com*. Diakses pada tanggal 19 Februari, 2017, dari [www.alexacom](http://www.alexacom)
- How Popular is tiket.com*. Diakses pada tanggal 19 Februari, 2017, dari [www.alexacom](http://www.alexacom)
- How Popular is nusatrip.com*. Diakses pada tanggal 19 Februari, 2017, dari [www.alexacom](http://www.alexacom)
- How Popular is pegipegi.com*. Diakses pada tanggal 19 Februari, 2017, dari [www.alexacom](http://www.alexacom)
- Kalia, G., dan Mishra, A. (2016). *Effects of Online Advertising on Consumers*. *Journal of Humanities and Social Science*, 21(9), hal. 35-41.
- Ko, H., Jung, J.Y.K., dan Shim, S.W. (2004). *Cross-cultural differences in Perceived Risk of Online Shopping*. *Journal of Interactive Advertising*, 4.
- Korgaonkar, P., dan Wolin, L.D. (2002). *Web Usage, Advertising, and Shopping: Relationship Patterns*. *Internet Research: Electronic Networking Applications and Policy*, 12, hal. 191-204.
- Kotler, P., dan Keller, K.L. (2009). *Manajemen Pemasaran, Edisi Ketiga Belas, Jilid Pertama*, Jakarta: Erlangga.
- Lim, Y.M., Yap C.S., dan Lau T.C. (2011). *The Effectiveness of Online Advertising in Purchase Decision: Liking, Recall and Click*. *Australian Journal of Basic and Applied Sciences*, 5(9), hal. 1517-1524.
- Mathew, J., Ogedebe, P.M., dan Ogedebe, S.M. (2013). *Influence of Web Advertising on Consumer Behaviour in Maiduguri Metropolis, Nigeria*. *Asian Journal of Social Sciences & Humanities*, 2(2), hal. 548-557.
- Megawati., dan Linda, M.R. (2014). *Pengaruh Iklan Online Pada Situs Jejaring Sosial Facebook Terhadap Keputusan Pembelian Online Pada Masyarakat Kota Padang*. *Jurnal Kajian Manajemen Bisnis*, 3(2), hal. 61-74.

- Morissan, M.A. (2010). *Periklanan: Komunikasi Pemasaran Terpadu*, Edisi Pertama, Jilid Pertama, Jakarta: Kencana.
- Nazeer, A., Raja, Y.M., Jaffari, S.I.A., dan Shahzad, A. (2013). *Factors Affecting Attitude Toward Web Advertising – A Scenario of University Student in Pakistan*. *European Journal of Business and Social Sciences*, 2(2), hal. 1-21.
- Nurdiansya, D. (2013). *Factor Analysis*. Diakses pada tanggal 16 Februari, 2017, dari <http://www.statsdata.my.id/2013/03/factor-analysis.html>
- Palanisamy, R. (2004). *Impact of Gender Differences on Online Consumer Characteristics on Web-based Banner Advertising Effectiveness*. *Journal of Services Research*, 4, hal. 45-74.
- Pengertian Definisi Pemasaran*. Diakses pada tanggal 13 Februari, 2017, dari <http://skripsi-manajemen.blogspot.co.id/2011/02/pengertian-definisi-pemasaran.html>
- Putra, H.A., dan Suyono. (2014). *Pengaruh Iklan Online Melalui Media Facebook Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Trunojoyo Madura*. *Jurnal Studi Manajemen*, 8(1), hal. 12-24
- Raharjo, S. *Uji Validitas Data dengan Rumus Pearson SPSS*. Diakses pada 22 April, 2017, dari <http://www.konsistensi.com/2013/03/uji-validitas-data-dengan-rumus-pearson.html>
- Riadi, M. (2016). *Pengertian dan Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen*. Diakses pada 13 Februari, 2017, dari <http://www.kajianpustaka.com/2016/10/pengertian-dan-faktor-yang-mempengaruhi-perilaku-konsumen.html>
- Riadi, M. (2016). *Teori Periklanan*. Diakses pada 13 Februari, 2017, dari <http://www.kajianpustaka.com/2012/11/teori-periklanan.html>
- Sastika, W. (2016). *Analisis Kualitas Website (Webqual 4.0) Terhadap Keputusan Pembelian*

- Pada Website E-commerce Traveloka*. Seminar Nasional Teknologi Informasi dan Komunikasi, hal. 649-657
- Schiffman, L., dan Kanuk, L.L. (2007). *Perilaku konsumen*, Edisi Ketujuh. Jakarta: Indeks.
- Setiadi, N.J. (2003). *Perilaku Konsumen*, Jakarta: Kencana.
- Shimp, T.A. (2003). *Komunikasi Pemasaran Terpadu dalam Periklanan dan Promosi*, Jilid Pertama, Jakarta: Erlangga.
- Singh, V. (2016). *The Effectiveness of Online Advertising and Its Impact on Consumer Buying Behaviour*. *International Journal of Advanced Research in Management and Social Sciences*, 5(5). Hal. 59-67
- Smith, S.M. (2002). *Electronic commerce Issues for Consumers and Marketers: A Literature Review*. Diakses pada 5 Februari, 2017, dari <http://www.arches.uga.edu>.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Pendidikan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suwito, A. (2007). *Pengaruh Sikap Terhadap Merek dan Sikap Terhadap Iklan pada Minat Beli Konsumen*. Universitas Muhammadiyah Surakarta, hal. 24-26.
- Swastha, B., dan Irawan. (2005). *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty.
- Uji Asumsi Klasik*. (2012). Diakses pada 28 Februari, 2017, dari <http://dataolah.blogspot.co.id/2012/07/v-behaviorurldefaultvmlo.html>
- Uji Validitas dan Reliabilitas Kuesioner*. (2012). Diakses pada 28 Februari, 2017, dari <http://dataolah.blogspot.co.id/2012/03/uji-validitas-dan-reliabilitas.html>
- Wang, Y., Wilkinson, T.J., Pop, N.A., dan Vaduva, S.A. (2009). *Romanian Consumers' Perceptions and Attitudes Toward Online Advertising*. *Marketing Management Journal*, 19(1), hal 73-83.

Widyanto, I. (2008). *Pointers: Metodologi Penelitian*. Semarang: BP Undip.

Zahra, G. (2015). *Pengertian dan Jenis Iklan Online*. Diakses pada tanggal 13 Februari, 2017,

dari <http://gebbyzahra.blogspot.co.id/2015/01/v-behaviorurldefaultvmlo.html>

