

DAFTAR PUSTAKA

- Ali, Hasan . 2013. Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan. CAPS (Center For Academic Publishing Service). Yogyakarta.
- Alma, B. (2007).ManajemenPemasarandanPemasaranJasa.Bandung: Alfabeta.
- Arikunto, S. (2006). Prosedur Penelitian: Suatu pendekatan Praktik. Jakarta: Rineka Cipta.
- Arikunto, Suharsimi (2006). Prosedur Penelitian. Jakarta: Penerbit Rineka Cipta.
- Assauri, Sofyan. 2005. Manajemen Produksi dan Operasi. Jakarta : Lembaga. Penerbit FEUI.
- Augusty, Ferdinand. 2006. Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian untuk skripsi, Tesis dan Disertai Ilmu Manajemen. Semarang: Universitas. Diponegoro.
- Buchari Alma, , 2004, Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa, Edisi. Revisi, Bandung: Penerbit CV. Alfabeta.
- Chaudhury, Abhijit., Kuilboer, Jean-Pierre. 2002. E-Business and E-Commerce Infrastructure: Technologies Supporting The E-Business Initiative. New York: The McGraw-Hill Companies.
- Dharmmesta,B.S. 1982. Azas-Azas Manajemen. Liberty : Yogyakarta.
- Drummond, Helga. 2003. Pengambilan Keputusan yang Efektif, PT Gramedia. Pustaka Utama, Jakarta
- Dwijowijoto, Ryant Nugroho. 2003. Kebijakan Publik Formulasi,. Implementasi dan Evaluasi. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- Gabriel, Jenyo., & Kolapo, Soyoye. (2015). Online Marketing and Consumer Purchase Behaviour: A Study of Nigerian Firms. British Journal of Marketing Studies, Vol. 3, No. 7, pp. 1-14 September 2015.

- Ghozali, Imam. 2007. Analisis Multivariate Dengan Program SPSS. Cetakan Empat. Badan. Penerbit Universitas diponegoro.
- Hasan, Ali (2008), Marketing, Jakarta: PT Buku Kita
- <http://nationalgeographic.co.id/berita/2014/09/gadget-sebagai-kebutuhan-atau-lifestyle>
- http://tribunnews.com/samsung_pemimpin_pasar_smartphone
- <https://economy.okezone.com/read/2018/02/17/320/1860752/indonesia-pengguna-smartphone-ke-4-dunia-begini-tekad-menperin-dongkrak-industri-telematika>
- <https://tekno.kompas.com/read/2013/01/15/17463288/4.dari.5.Pengguna.Android.di.Indonesia.Pakai.Samsung>
- Hurriyati, Ratih (2005), Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen, Bandung: CV.Afabeta.
- Jadhav, V., & Khanna, M. (2016). Factors Influencing Online Buying Behavior of College Students: A Qualitative Analysis. The Qualitative Report, 21 (1), 1-15. Retrieved from <http://nsuworks.nova.edu/tqr/vol21/iss1/1>.
- Kasali, Rhenald. 2011. Membidik Pasar Indonesia: Segmentasi, Targeting, dan Positioning. Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama
- Katawetawaraks, C & Wang, Cheng Lu. (2011). Online Shopping Behavior: Influences of Online Shopping Decision. Asian Journal of Business Research, Vol. 1, No. 2, 2011.
- Keller, Kevin Lane. (2013). Strategic Brand Management Building Measuring and Managing. Brand Equity 4 th edition. USA, Pearson Education.
- Kotler dan Keller. 2009. Manajemen Pemasaran. Jilid I. Edisi ke 13 Jakarta: Erlangga.
- Kotler, dan Keller. (2012). Manajemen Pemasaran. Edisi 12. Jakarta: Erlangga

- Kotler, P. (2002). *Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, Implementasi, dan Kontrol*. Jakarta: Prehallindo.
- Kotler, P. (2005). *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1. Jakarta: Indeks.
- Kotler, P dan Kevin L. K. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13 Jilid 1. Jakarta.
- Lamb, C. W, Joseph F. H, dan Carl M. (2001). *Pemasaran*. Edisi Pertama. Jakarta: Salemba Empat.
- Li, Na. & Zhang, Ping. (2002). *Consumer Online Shopping Attitudes and Behavior: An Assessment of Research*. 2002 6 Eighth Americas Conference on Information Systems
- Malhotra, Naresh K, (2005), *Riset Pemasaran*, Jakarta: PT INDEKS Kelompok Gramedia.
- Malik, Garima & Sachdeva, H. (2015). *Impact of Sales Promotion Technique Used by Online Dealers on Consumers*. *International Journal of Applied Sciences and Management*, vol. 1, No. 1, pg. 63-78.
- Melati Bunga Pertiwi. 2014. *Pengaruh celebrity endorser, brand image, brand trust terhadap keputusan pembelian pembalut softex di semarang*. Program Studi Manajemen – S1, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Dian Nuswantoro
- Mohammed, Rafi A., et al. 2003. *Internet Marketing Building Advantage In A*
- Moleong, L. J. 2007. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya Offset.
- Nadia Lona Trista, Apriatni EP & Saryadi. 2012. *PENGARUH CITRA MEREK (BRAND IMAGE) DAN KEPERCAYAAN MEREK (BRAND TRUST) TERHADAP KEPUTUSAN TOYOTA AVANZA DI KOTA SEMARANG*, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Diponegoro Semarang.

- Nagra, Gagandeep & Gopal, R. (2013). An Study of Factors Affecting on Online Shopping Behavior of Consumers. *International Journal of Scientific and Research Publications*, Vol. 3, Issue 6, June 2013.
- Nasir, Muhammad (2003), *Metode Penelitian*, Jakarta: Ghalia Indonesia
- Nerworked Economy*, Second Edition. New York: McGraw-Hill/Irwin.
- Orville C. Walker Jr, John Mullins, and Jean Claude Larreche. (2002). 4 Edition. "Cunsomer Behavior". McGraw Hill.
- Rangkuti, Freddy (2002), *Measuring Customer Satisfaction*, Penerbit PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Ratih, H. (2005). *BauranPemasarandanLoyalitasKonsumen*. Bandung: Alfabeta.
- Redho. 2013. Efektivitas Loyalty Program dalam Customer Relationship Managementterhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan . *Ilmu Komunikasi* , Vol. 6, No. 2, 179.
- Sabar. 2007. *Pengantar Metedologi Penelitian*. FKIP: Universitas Muria. Kudus.
- Sakarya, Sema & Soyer, Nagehan. (2013). Cultural Differences in Online Shopping Behavior: Turkey and the United Kingdom. *International Journal of Electronic Commerce Studies*, Vol. 4, No. 2, pp. 213-238, 2013.
- Schiffman, Leon G. And Leslie L. Kanuk. 2000. *Consumer Behavior*. Fifth Edition,. Prentice-Hall Inc. New Jersey.
- Sekaran, Uma. (2003). *Research Methods for business Edisi I and 2*. Jakarta: Salemba Empat.
- Shimp, Terence A. 2003. *Periklanan Promosi dan Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Erlangga,

- Slamet. 2009. Strategi Membangun Teknologi Informasi dan Komunikasi di Perguruan Tinggi Agama Islam Menuju Kawasan Kampus Digital. Konferensi Nasional Informasi ,
- Sudjana. (2000). Statistika (Untuk Ekonomi Dan Niaga). Bandung: Tarsito.
- Sugiarto, Taufan. 2009. Analisis Penerapan E-Marketing Terhadap Kepuasan Pelanggan PT. Cakrawala Buana Indonesia.
- Sugiyono, (2007), Metode Penelitian Bisnis, Bandung: Alfabeta
- Sugiyono, 2009, Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D, Bandung : Alfabeta.
- Sugiyono. 2012. Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Sukma, A. A. 2012. Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Melalui Social Networking Websites . Jurnal Ekonomi Manajemen ,
- Sulaiman, A. et., al. 2008. E-Ticketing as a New Way of Buying Tickets: Malaysian Perceptions. J. Soc. Sci , Vol. 17, No. 2, 149.
- Suliyanto (2005), Analisis Data Dalam Aplikasi Pemasaran, Bogor: Ghalia Indonesia.
- Sumarwan, Ujang (2004), Perilaku Konsumen, Jakarta: Ghalia Indonesia
- Suliyanto.(2005). Analisis Data dalam Aplikasi Pemasaran. Bogor: Ghalia.
- Sunjoyo, dkk. (2013). Aplikasi SPSS untuk Smart Riset, Bandung: Alfabeta.
- Susanti, N. 2009. Analisis Implikasi Kepuasan Pelanggan Terhadap Perilaku Pasca Pembelian Melalui Testimoni dalam SITUS Pemasaran Internet. Jurnal Manajemen Teori dan Terapan , Vol. 2 ,No. 1, 5.

- Susanti, Nani. 2009. Analisis Implikasi Kepuasan Pelanggan Terhadap Perilaku Pasca Pembelian Melalui Testimoni Dalam Situs Pemasaran Internet
- Susanti, V., & Hadi, C. 2013. Kepercayaan Konsumen dalam Melakukan Pembelian Gadget Secara Online. Jurnal Psikologi Industri dan Organisasi ,
- Sutejo, S. B. 2006. Internet Marketing: Konsep Dan Persoalan Baru Dunia Pemasaran . Manajemen. Vol. 6, No. 1
- Sutisna, (2003), Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran, Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Sutisna.(2003). PerilakuKonsumendanKomunikasiPemasaran. Bandung: RemajaRosdakarya.
- Sutojo, Siswanto (2001), Menyusun Strategi Harga, Jakarta: PT. Damar Mulia Pustaka
- Sutojo, Siswanto, Fritz Kleinsteuber, (2007), Effective Price Strategy to Increase Your Profit, Jakarta: PT. Damar Mulia Pustaka
- Suwarman,U. (2004). PerilakuKonsumenTeoridanPenerapannyadalamPemasaran. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Swastha,B dan Hani H. (2011).ManajemenPemasaran-AnalisisPerilakuKonsumen. Yogyakarta: BPFE.
- Tjiptono, F. (2005).PemasaranJasa. Malang: Bayumedia.
- Tjiptono, Fandy (2002), Strategi Pemasaran Edisi Kedua, Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, Fandy (2005), Perspektif Manajemen dan Pemasaran Kontemporer, Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Tjiptono, Fandy (2008), Gregorius Chandra, Dedi Adriana, (2008), PemasaranStrategik, Yogyakarta: CV. Andi Offset.

Uma, Searan.(2006). Metodologi Penelitian untuk Bisnis. Edisi 4 Buku 1. Jakarta.

Umar, Husein (2002), Metode Riset Bisnis, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama

Yang, Z., & T. Peterson, R. 2004. Customer Perceived Value, Satisfaction, and Loyalty: The Role of Switching Costs. *Psychology & Marketing* , Vol. 21 No. 10, 802.

Yuliana, O. Y. 2000. Penggunaan Teknologi Internet Dalam Bisnis. *Jurnal Akuntansi & Keuangan* , Vol. 2, No. 1, 51.



DAFTAR RIWAYAT HIDUP PENELITI (*CURRICULUM VITAE*)

Nama : Kevin Christian
Tempat, Tanggal Lahir : Bandung, 21 Desember 1994
Alamat : Taman Kopo Indah II Blok IVE no 120
Agama : Kristen
Status : Belum Menikah
No Telepon : 081385967663
Email : kevinkace211294@gmail.com

Pendidikan

2010-2013 : SMAK 1 Bina Bakti
2007-2010 : SMPK 3 Bina Bakti
2001-2007 : SD Permata Harapan
1999-2001 : TK Santa Lucia

Kemampuan

Mampu dan menguasai pelaporan pajak (Brevet A dan B)

Mampu dan menguasai dasar-dasar akuntansi dan manajemen

Mampu bekerja di bawah tekanan