

Daftar Pustaka

- Alma, B. (2004). Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. Jawa Barat: Ikapi.
- Baykal, B. (2016). The Effect of E-Service Quality on Customer Perception. International Journal of Management and Applied Science (IJMAS). 2 (1), hal. 141.
- Berman, Barry, and Joel, R. Evans, (2007). Retail Management, New Jersey: Prentice Hall.
- Data Pengguna Internet Indonesia 2017. Diperoleh dari <http://www.bareksa.com>
- Elissa, I. dan Mujiyana. (2013). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian via Internet pada Toko Online. Jurnal Teknologi Informasi, 8 (3), hal.145.
- Ghozali, I. (2011). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- G.B. Shelly, T.J. Cashman and M.E. Vermaat. (2007). Discovering Computers. Edisi ketiga. Jakarta: Salemba Info tet.
- Hair et all., (1998), Multivariate Data Analysis. Fifth edition, Prentice Hall, Upper Saddle River: New Jersey.
- Intern Onl.shop. Diperoleh dari [http:// www.Intern. OnLshop diolah.com](http://www.Intern.OnLshopdiolah.com).
- Jogiyanto, H.M. (2007). Metode Penelitian Bisnis: Salah Kaprah dan Pengalaman Pengalaman. Yogyakarta: BPF.
- Kotler, P. dan Keller, L.K. (2009). Manajemen Pemasaran . Edisi ketiga belas. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P. dan Keller, L.K. (2012). Manajemen Pemasaran. Edisi pertama, Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P. dan Keller, L.K. (2012). Manajemen Pemasaran. Edisi kedua, Jakarta: Erlangga.
- Laudon, C.K. (2013). E-Commerce. England: Carol Guercio traver pearson education.

- Lamb, W.C, Hair, F.J., and McDaniel, C. (2007). Pemasaran. Edisi pertama. Jakarta: Salemba Empat.
- Liang, T.P. and Lai, H.J. (2001) Behavioral Model of Online Purchases in E-commerce Environment, *Electronic Commerce Research*, Vol 2, hal. 75-85.
- Mahfud, G.A., dan Soltes, V. (2016). Effect of E-service Quality on Consumer Interest Buying (Case Study on the Website Korean Denim). *Joernal of economics and finance*, 7 (4), hal.61-66.
- Mahardika, A.A. dan Saino. (2014). Analisis Faktor yang Mempengaruhi Minat Beli di Zalora Online Shop. *Jurnal Ilmu Manajemen*. 2 (3), hal.198.
- Malhotra,. (2005). Riset Pemasaran. Jilid 1. Edisi keempat. Jakarta: Indeks Kelompok Gramedia.
- Mujiyana dan Elissa, I. (2013). Analisis Faktor-Faktor yang mempengaruhi Keputusan Pembelian via Internet pada toko online. *Jurnal Ilmu Manajemen*. 7 (3), hal.145.
- Pujadi, T. dan Harisno. (2009). E-Business dan E-Commerce sebagai trend Taktik Baru perusahaan. 3 (2). Hal. 66-69.
- Peter, P.J. dan Olson, C.J. (2014).. *Consumer Behaviour dan Marketing Strategy*. Edisi kesembilan. Jakarta: Salemba Empat.
- Saputri, E.M. (2016). Pengaruh Perilaku KOnsumen terhadap Pembelian Online Produk Fashion pada Zalora Indonesia. *Jurnal sosioteonologi*, 15 (2), hal.291-294.
- Simamora, B. (2002). *Panduan Riset Perilaku Konsumen*. Surabaya: Pustaka Utama.

Sugiyono. (2011). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2012). Memahami Penelitian Kualitatif. Bandung: Alfabeta

Supardi. (2005). Metodologi Penelitian Ekonomi dan Bisnis. Yogyakarta: UII Press.

Sutisna dan sunyoto. (2013). Tiga Hal penting dari memahami Model Keputusan Pembelian Konsumen. Hal 86.

Sunarto. (2009). Pengertian Prestasi Belajar. Jurnal diakses 3 april 2010.

Setyawan, S. (2003). E-commerce dalam Manajemen Pemasaran. Jurnal Manajemen Maranatha. 2. Hal.65.

Schiffman dan Kanuk. (2004). Perilaku Konsumen. Edisi ketujuh. Jakarta: Prentice Hall.

Swastha, B. dan Handoko, H.T. (2008). Manajemen Pemasaran, Analisa Perilaku Konsumen. Edisi pertama. Yogyakarta: BPFE.

Tjiptono, F. (2000). Perspektif Manajemen dan Pemasaran Kontemporer. Yogyakarta: Andi.

Top Brand Award. Diperoleh dari [http// www..topbrand-award.com](http://www..topbrand-award.com)

Umar, H. (1999). Metodologi Penelitian Aplikasi dalam Pemasaran. Jakarta: PT. Gramedia.

Sunyoto. (2013). Proses Pengambilan Keputusan Konsumen. hal.91.

Wong, J. (2010). Internet Marketing for Beginners. Jakarta: PT Elex Media
Komputindo.

Zeithaml dan Bitner, V.A. (2000). Service Marketing 2 edition: Integrating
Customer Focus. New York: Mc Grow hill Inc.

Zeithaml, A.V, Bitner, J.M, dan Gremler, D.D. (2013). Service Marketing.
Newyork: Mc
Graw-Hill Education.

