

## DAFTAR PUSTAKA

- Adhitama, Adhdhinsyah. 2014. *Analisis Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian Pada Shampoo Clear. Skripsi Dipublikasikan*. Semarang: Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Diponegoro.
- Ajzen, Icek. 2005. *Attitude, Personality and Behavior Second Edition*. McGraw-Hill Education.
- Baskara, Isnain P., dan Guruh Taufan H. 2014. *Analisis Pengaruh Kepercayaan, Keamanan, Kualitas Pelayanan dan Persepsi akan Resiko Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Situs Jejaring Sosial pada Mahasiswa di Kota Semarang*. Semarang: Universitas Dian Nuswantoro.
- Davis, Fred D., Bagozzi, Richard P., Warshaw, Paul R. 1989. "User Acceptance of Computer Technology: A Comparison of Two Theoretical Models". *Journal of Management Science*, Vol. 35 No.8
- Duncan, Tom. 2005. *Principles of Advertising & IMC, Second Edition*. New York: McGraw-Hill, Inc.
- Elrado, Morden H., Srikandi K., dan Edy, Y. 2014. "Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan, Kepercayaan, dan Loyalitas pada Pelanggan Jambuwuluk Resort". *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, Vol. 15 No. 2 Oktober 2014.
- Engel, James F., Roger D Blackwell, dan Paul W Miniard. 1994. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Binarupa Aksara.
- Ferdinand, Augusty. 2006. *Structural Equation Modelling Dalam Penelitian Manajemen: Aplikasi Model-Model Rumit Dalam Penelitian Untuk Tesis Magister dan Disertasi Doktor*. Semarang: Badan Penerbit UNDIP.
- Gefen, D., dan Straub D.W. 2004. *Consumer Trust in B2C e-Commerce and the Importance of Social Presence: Experiments in e-Products and e-Services*. Omega: The International Journal of Management Science
- Ghozali, Imam. 2005. *Structural Equation Modelling*. Semarang: Badan Penerbit UNDIP
- Ghozali, Imam. 2011. *Model Persamaan Struktural Konsep dan Aplikasi dengan Program AMOS 22.0*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. 2013. *Model Persamaan Struktural Konsep dan Aplikasi dengan Program AMOS 21.0*. Semarang: Badan Penerbit UNDIP.

- Gilaninia, Shahrani., Mohammad Taleghani, Taher Taheri, dan Seyyed Javad Mousavian. 2011. *Study of Effective Factors on Customers Trust in Electronic*. Rasht: Interdisciplinary Journal of Contemporary Research in Business, December 2011 Vol 3, No 8.
- Gunawan, Fransiskus. 2011. *Pengaruh Persepsi Merek dan Kepercayaan Konsumen terhadap Brand Switching atas Produk Smartphone (Blackberry) pada Mahasiswa UNP*. Jurnal: Padang.
- Hadi, Sudharto P. 2007. *Perilaku Konsumen*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hair, Joseph F., Black, William C., Babin, Barry J., dan Anderson, Rolph E. 2010. *Multivariate Data Analysis 7<sup>th</sup> Ed*. Pearson Prentice Hall.
- Jasfar, Farida. 2012. *Teori dan Aplikasi Sembilan Kunci keberhasilan Bisnis jasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- Khatimah, Husnul. 2011. *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah*. Skripsi Dipublikasikan. Semarang: Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Diponegoro.
- Kotler dan Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jilid Satu, Edisi Kedua Belas. Alih Bahasa Benyamin. Jakarta: PT. Indeks. Kelompok Gramedia.
- Lukman, Marco Dirgahadi. 2014. *Analisis Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian dan Kepuasan Konsumen Produk Teh Botol Sosro Kemasan Kotak*. Bandung: Jurnal Administrasi Bisnis (JAB): Vol.10 (1) Maret 2014:64.
- Luthfia, Widha Emil. 2012. *Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Coffeeshop Kofisyop Tembalang*. Skripsi Dipublikasikan. Semarang: Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Diponegoro.
- Luthfy, Angga. 2015. *Analisis Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening pada Mahasiswa UNDIP pengguna Smartphone Sony*. Skripsi Dipublikasikan. Semarang: Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Diponegoro.
- Mardhotillah, Izzati Choirini. 2013. *Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Baseball Food Court Universitas Negeri Surabaya*. Surabaya: Jurnal Universitas Negeri Surabaya.

- McKnight, D. Harisson, Vivek Choudhury, dan Carles Kacmar. 2002. “*Developing and Validating Trust Measures for e-commerce: an Integrative Typology*”. *Information System Research*, Vol. 13, No. 3, pp. 334-359.
- Mowen, John C., dan Michael Minor. 2002. *Perilaku Konsumen*. Edisi 5 jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Mowen, John C., Michael Minor, dan Dwi Kartini Yahya. 2002. *Perilaku Konsumen*. Edisi 5 jilid 2. Jakarta: Erlangga.
- Olson, Jerry dan Paul Peter. 2008. *Consumer Behavior & Marketing Strategy, 7th edition*. New York: McGraw-Hill.
- Parasuraman, Zeithaml dan Berry. 1988. “SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Customer Perceptions of Service Quality”. *Journal of Retailing*, pp. 12-40.
- Pramana, I Gede Yogi dan Ni Made Rastini. 2016. *Pengaruh Kualitas Kepercayaan Nasabah dan Loyalitas Nasabah Bank Mandiri*. E-Jurnal Manajemen Unu, Vol. 5, No.1, 2016: 706-733 ISSN: [2302-8912](https://doi.org/10.24053/2302-8912).
- Prasetya, Candra Hakim A., Srikandi K., dan Edy, Y. 2014. *Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk Terhadap Kepercayaan Serta Keputusan Pembelian*. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, Vol. 15 No. 2 Oktober 2014.
- Purnama, Cahaya Agung. 2012. *Analisis Pengaruh Daya Tarik Promosi Persepsi Kemudahan Persepsi Kemanfaatan dan Harga Terhadap Minat Beli E-Toll Card Bank Mandiri*. *Skripsi Dipublikasikan*. Semarang: Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Diponegoro.
- Putra, Afif Raihan Andika. 2014. *Analisis Pengaruh Daya Tarik Pesan Iklan, Persepsi Kemanfaatan, Citra Merek Pada Media Sosial Twitter Terhadap Pembentukan Brand Awareness*. *Skripsi Dipublikasikan*. Semarang: Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Diponegoro.
- Sekaran, Uma. 2006. *Research Methods for Business*. Buku 1 Edisi 4. Jakarta: Salemba Empat.
- Solomon, Michael R. 2011. *Consumer Behavior*. Ninth Edition. New Jersey: Pearson Education, Inc.
- Sugiyono, 2004. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.

- Suhir, Moch., Imam Suyadi, dan Riyadi. 2014. *Pengaruh Persepsi Risiko, Kemudahan dan Manfaat Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online*. Malang: Jurnal Administrasi Bisnis (JAB) Vol. 8 No.1 Februari 2014.
- Swastha, Basu. 2005. *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty.
- Swastha, Basu. 2009. *Azas-Azas Marketing*. Yogyakarta: Liberty.
- Swastha, Basu dan Hani Handoko. 2011. *Manajemen Pemasaran-Analisis Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: BPFE.
- Tjiptono, Fandy. 2002. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, Fandy. 2006. *Pemasaran Jasa*. Malang: Bayumedia Publishing.
- Tjiptono, Fandy, Gregorius Chandra, dan Dadi Adriana. 2008. *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, Fandy. 2011. *Pemasaran Jasa*. Malang: Bayumedia Publishing.
- Wahyuningtyas, Yunita Fitri., dan Dyah Ayu Widyastuti. 2015. *Analisis Pengaruh Persepsi Risiko, Kemudahan dan Manfaat Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online*. Yogyakarta: Jurnal Kajian Bisnis VOL. 23, NO. 2, 2015, 112-120.
- Wang, Andrew. 2015. "Apa Sebenarnya Bisnis Startup Itu?" <https://m.tempo.co/read/news/2015/11/14/090718820/apa-sebenarnya-bisnis-startup-itu>, diakses Mei 2016.
- Wibawa, I Made D. 2014. *Analisis pengaruh Promosi, Kelengkapan Produk, Kualitas Pelayanan, Kenyamanan Berbelanja Terhadap Keputusan Pembelian pada Waserba Tenera Asahan*. Skripsi Dipublikasikan. Semarang: Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Diponegoro.
- Wulandari, Royani. 2014. *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepercayaan Konsumen Dan Dampaknya Terhadap Minat Loyalitas*. Skripsi Dipublikasikan. Semarang: Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Diponegoro.
- Zeithaml, Valerie A., Mary Jo Bitner, dan Dwayne D. Gremler. 2013. *Services Marketing*. New York: McGraw-Hill Companies.
- <http://www.datamaya.com/membaca-arah-internet-marketing-indonesia-di-2016/>, diakses Mei 2016.
- <http://www.internetworldstats.com/stats.html>, diakses Mei 2016.
- <http://www.statshow.com/www/go-jek.com>, diakses Mei 2016.