

DAFTAR PUSTAKA

- Anisa, Siti, R. 2013. “Antecedent Keputusan Pebelian Online”. Universitas Diponegoro, Semarang. Skripsi.
- Adityo, Benito. 2011. “ Analisis Faktor-Faktor Kepercayaan, Kemudahan, dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Secara *On Line* Di Situs Kaskus”. Universitas Diponegoro, Semarang. Skripsi
- Adi, Rifqi Nugroho. 2013. “Analisis Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Dengan Sistem Pre Order Secara *Online*”. Universitas Diponegoro, Semarang. Skripsi
- Ardhanari, Margaretha. 2008. “*Customer Satisfaction* Pengaruhnya Terhadap *Brand Prefernce* dan *Repurchase Intention Private Brand*”. Jurnal Riset Ekonomi dan Bisnis Vol. 8 No.2.
- Arum, Daniar Lingga. 2013. “Pengaruh kepercayaan dan kualitas website terhadap sikap pelanggan serta dampaknya terhadap minat beli konsumen pada toko online my sorella”. Universitas Diponegoro, Semarang. Skripsi.
- Azwar, Saifuddin. 1997. Reliabilitas dan Validitas (Edisi Ketiga). Pustaka Pelajar *Offset*, Yogyakarta.
- A., Hart, Norman dan Stapleton, John. 1995, “Kamus Makrketing”. Bumi Aksara. Jakarta.
- Adam, D. A, Nelson, R. R, dan Todd, P. A. 1992. “*Perceived Usefulness, Ease of Use and Usage of Information Technology: A Replication*”. *Management Information System Quarterly* (16:2), pp. 227-250.
- Cahya, Anansya, H. 2013. “Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, Dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian”. Universitas Diponegoro, Semarang, Skripsi.
- Djakarta, Deka, I., 2012. “ Pengaruh *Marketing Mix* terhadap Keputusan Pembelian”. Universitas Diponegoro, Semarang. Skripsi.

- Chomvilailuk, R. and Butcher, K. 2010. “*Enhancing brand preference through corporate social responsibility initiatives in the Thai banking sector*”, *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, Vol. 22 No. 3, pp. 397-418.
- Davis, F.D. 1989. “*Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology*”, *Management Information System Quarterly* 13(3), pp 319-340.
- Dodds, W.B., Moroe K.B., dan Grewal, D 1991. “*Effect of Price, Brand and Store Information on Buyer’s Product Evaluation*”. *Journal of Marketing Research*”.
- Endah, Alberthiene. 2013. “ Ken & Kaskus cerita sukses di usia muda” PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta
- Ferdinan, Agusty. 2000. “Manajemen Pemasaran: Sebuah Pendekatan Strategik”. Program Megister Manajemen Universitas Diponegoro, Semarang.
- Ghozali, Imam. 2011. “Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19”. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. 2006. “Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS”. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gayatri, Rachma. 2013. “Pengaruh Kepercayaan dan Efek Komunitas Terhadap Sikap Merek Dan Implikasinya Terhadap Keputusan Pembelian”. Semarang: UNDIP.
- Gefen, D., Karahanna, E. and Straub, D.W. 2003. “*Trust and TAM in online shopping: an integrated model*”. *MIS Quarterly*, Vol. 27 No. 1, pp. 51-90.
- Hellier, P.K., Geursen, G.M., Carr, R.A. and Rickard, J.A. 2003, “*Customer repurchase intention: a general structural equation model*”. *European Journal of Marketing*, Vol. 37 Nos 11/12, pp. 1762-1800.
- Kotler, P., and Keller, K. L., 2007. “*Manajemen Pemasaran*”. Jilid I, Edisi Dua Belas, Jakarta: Indeks.
- Kotler, Philip. dan Armstrong, Gary. 2001. “*Prinsip-Prinsip Pemasara*”. Jilid 2 Edisi Kedelapan. Jakarta : Erlangga.
- Kotler, Philip. dan Kevin, Lane, Kaller. 2006. “*Manajemen Pemasaran*“. Edisi XII. Jakarta: PT. Indeks

- Lingga, Daniar, A. 2013. “Pengaruh Kepercayaan dan Kualitas Website Terhadap Sikap Pelanggan Dampaknya Toko Online” Universitas Diponegoro, Semarang. Skripsi.
- Lemeshow, 1997. *Besar Sampel Dalam Penelitian Kesehatan*. Gadjah Mada Universitas Press. Yogyakarta. Alih Bahasa.
- Mayers, M., et.al. 1995. *Cinical care plans pediatric nursing*. Ney York: Mc. Graw-Hill.Inc
- Putri, Iswayanti, Ika. 2010. “Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, Harga, Dan Tempat Terhadap Keputusan Pembelian”. Universitas Diponegoro Semarang. Skripsi.
- Rhendria, Dinawan, R. 2010. “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian”. Universitas Diponegoro. Semarang. Tesis.
- Rotter, J.B. 1967. *A new scale for the measurement of interpersonal trust American Psychologis*, 1971,26,443-452
- Sekaran, uma. 2007. “*Research methods for business*”. Jakarta: salemba empat.
- Sutanza, Bangkit. 2013. “Analisis Pengaruh *Brand Reputation, Brand Predictability, Brand Competence Dan Brand Liking Terhadap Brand Loyalty* Kendaraan Niaga Merek Mitsubishi”. Universitas Diponegoro, Semarang. Skripsi.
- Suhir, Moch., Imam, Suyadi., dan Riyadi. 2014 “Pengaruh Persepsi Risiko, Kemudahan Dan Manfaat Terhadap Keputusan Pembelian Secara *Online*”. Universitas Brawijaya, Malang. Jurnal Administrasi Bisnis (JAB), Vol.8 No. 5,
- Santoso, Imam. 2013. “Antecedent Nilai Pelanggan Dalam Meningkatkan Minat Merefereasikan Pada Bengkel Rio Motor Semarang”. Universitas Siponegoro, Semarang. Skripsi.
- Sasongko, Priatmaji, Singgih. 2013. “Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Harga Kompetitif, Kelengkapan Barang Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Di Swalayan Alfa Omega Baturetno, Wonogiri”, Skripsi. Fakultas Ekonomika Dan Bisnis Universitas Diponegoro: Semarang
- Sylvi, Ptri, A.Y., 2009. “Pengaruh *Perceived Quality, Perceived Value, Brand Preference, Consumer Satisfaction, Dan Consumer Loyalty* Pada *Repurchase Intention*”. Universitas Sebelas Maret, Surakarta. Skripsi.

- S.T. Wang, Edward. 2012. *“The Influence of visual pakaging desing on perceived food product, quality, value, and brand”*. *International Journal of Retail & Distribution Management* Vol. 41 No. 10, 2013 pp. 805-816
- Tjiptono, Fandy. 2005. *Manajemen Jasa*. Andi Offset. Yogyakarta.
- Ulya, Aniqotul. 2013. **“Pengaruh Kualitas Pelayanan Inti Dan Kualitas Pelayanan Periferal Terhadap Kepuasan Konsumen Dalam Meningkatkan Minat Menggunakan Ulang”**. Universitas Diponegoro, Semarang. Skripsi
- William J. Stanton. 1998. *“Prinsip Pemasaran”*. Terjemahan Y.Lamarto, Erlangga Jakarta
- Zeithaml, V. A., & Bitner, M. J. 2000. *“Services marketing integrating customer focus across the firm”*. New York: McGraw-Hill Companies
- Zeithaml V.A., 1988. *“Consumer Perception of Price, Quality and Value : A Means- End Model and Synthesis of Evidence*, *Journal of Marketing*, vol. 52.

Website:

<http://www.ada-blog.com/2012/01/sejarah-kaskus.html>
<http://dodimaulanaf.wordpress.com/2013/05/21/penjualan-online/>
<http://www.danielsoper.com/statcalc3/calc.aspx?id=31>
<http://id.wikipedia.org/wiki/Kaskus> Diunduh pada tanggal 11 Agustus 2014
[Http://www.statshow.com](http://www.statshow.com). Diunduh pada tanggal 8 Juli 2014
[Http://www.Slideshare.net](http://www.Slideshare.net)
<http://www.alexacom>