

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, David A. (1991) . **Managing Brand Equity : Capitalizing on the Value of a Brand Name**. New York : The Free Press
- Achmad Jamaludin, dkk. (2015). Pengaruh Promosi Online dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pelanggan Arkya Shop di Kota Malang. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)* Vol 21 No 1 April 2015.
- Aji Supriyanto. (2005). **Pengantar teknologi Informasi**, Jakarta: Salemba Infotek.
- Alfian, B. (2012). Pengaruh Citra Merek (*Brand Image*) Terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian Mobil Toyota Kidjang Inova Pada PT. Hadji Kalla Cabang Polman Makasar: Universitas Hasanuddin
- Alfiyah Nuraini, dkk. (2015). Pengaruh Celebrity Endorser dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Citra Merek Pada Kosmetik Wardah di Kota Semarang. *Jurnal Management Analysis Journal* 4 (2) ISSN
- Augusty, Ferdinand. 2006. **Metode Penelitian Manajemen**. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Bhagat Sneha Mahendra. (2015). Factors Influencing Purchase and Non Purchase Behaviour in Online Shopping. **Journal IES Anvesha Vol 8 No 1 Jan-Mar.**
- Brigays, Herlley. (2013). *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Konsumen Dalam Keputusan Pembelian J.CO Donuts Di Jakarta Barat*. Universitas Esa Unggul, Jakarta,
- Darmadi Durianto. (2004). **Brand Equity Ten Strategi Memimpin Pasar**, (Jakarta :PT Gramedia Pustaka Utama.
- Davis, Fred D, dkk. (1989). **User Acceptance Of Computer Technology : A Comparison Two Theoretical Models**, Management Science.
- Djaslim Saladin. (2003). **Manajemen Pemasaran : Analisis Perencanaan, Pelaksanaan dan Pengendalian**. Bandung : Linda Karya

- Endang Sulistya R dan Dina Widya Astuti. (2012). Pengaruh Agnes Monica Sebagai Celebrity Endorser Terhadap Pembentukan Brand Image Honda Vario. **Jurnal Bisnis dan Manajemen Vol 6 No. 1 Januari**
- Evelina, Nela. Handoyo DW, dan Sari Listyorini. (2012). *Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Harga, dan Promoi terhadap Keputusan Pembelian Kartu Perdana Telkom Flexi*. *Diponegoro Journal of Social and Politic*.
- Ferrinadewi, Erna. (2008). **Merek dan Psikologi Konsumen, Implikasi pada Strategi Pemasaran**. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Hartanto, Adrian dan Haryanto, Jony Oktavian. (2009). *Pengaruh Display, Kepercayaan Merek, Keakraban Merek, Persepsi harga terhadap Intensi Pembelian dan Pembelian tidak Terencana*. Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Kristen Satya Wacana. Tidak Untuk Dipublikasikan.
- Ibnu Widiyanto, dkk. (2015). Perilaku Pembelian Melalui Internet. **Jurnal JMK Vol 17. No 2 September 2015 ISSN**
- John C. Mowen, Michael Minor. (2002). **Perilaku Konsumen**, Jakarta: Erlangga.
- Keller. (1993). **How to manage brand equity**. Jakarta: gramedia pustaka.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2010. **Principles of Marketing (Edisi 13)**. United States of America: Pearson.
- Kotler dan Keller, (2012). **Marketing Management Edisi 14**, Global Edition. Pearson Prentice Hall.
- Margono. 2010. **Metode Penelitian Pendidikan**. Jakarta : Rineka Cipta.
- Mohamad H.P Wijaya. (2013). Promosi, Citra Merek, dan Saluran Distribusi Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Terminix di Kota Manado. **Jurnal EMBA Vol 1 No. 4 Desember 2013 ISSN**
- Mujiyana dan Ingge Elissa. (2013). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Pada Toko Online. **Jurnal J@TI Undip Vol III September**
- Permana, M. V. (2013). Peningkatan Kepuasan Pelanggan melalui Kualitas Produk dan Kualitas Layanan. **Jurnal Dinamika Manajemen. 4 (2)**.

Pengertian Produk, dalam http://jurnal-sdm.blogspot.com/2009/07/produk-definisiklasifikasi-dimensi_30.html (12 Oktober 2013).

Powell, Gavin. (2006). **Beginning Database Design**, Wiley Publishing, Indiana-USA,

Ratri Lutiary Eka. (2007). *Hubungan Antara Citra Merek (Brand Image) operator Seluler Dengan Loyalitas Merek (Brand Loyalty) Pada Mahasiswa Pengguna Telepon Seluler Di Fakultas Ekonomi Reguler Universitas Diponegoro Semarang*, Fakultas Psikologi, Undip, Semarang.

Rizky Iryanita,Y.Sugiarto. (2013). *Analisis Pengaruh Citra Merek, Persepsi Harga, dan Persepsi Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen produk ATBM Pekalongan)*. Semarang : Universitas Diponegoro. repository.undip.ac.id

Saleh Mahmoud Abel Hamid. (2016). Website Design, Technological Expertise, Demographics, and Consumer's E-Purchase Transactions. **International Journal of Marketing Studies Vol 8 No. 1 ISSN**

Sastradipoera. (2003) . **Manajemen Pemasaran Produk**, Penerbit Alfabeta Bandung.

Setiadi, Nugroho J. (2003). **Perilaku Konsumen : Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran**. Jakarta : Prenada Media

Shimp, Terence A. (2003). **Periklanan Promosi : Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu**. 5 ed. Jakarta : Erlangga

Solomon, R. Michael. (2003). **Consumer Behavior, Buying, Having, and Being. 8th Edition**. New Jersey: Prentice Hall.

Sugiyono. 2010. **Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D**. Bandung : CV Alfabeta

Sutisna. (2001). **Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran**. PT. Remaja Rosdakarya, Bandung.

Umar, Husein. 2009. **Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis serta Bisnis. Edisi Kedua**. Jakarta: Penerbit Raja Grafindo Persada.

Wilkie, L. William. (1994). **Consumer Behavior**. Edisi Ketiga : United States of America John Wiley and Sons INC

www.apjii.or.id

<http://des.net.id/internet-bagi-pertumbuhan-bisnis-di-indonesia/> . Diakses 22 okt
2016

www.irvanarifsanianto.blogspot.com

www.lazada.com

<http://rahmidewi36.blogspot.co.id/2013/01/faktor-faktor-yangmempengaruhi.html>

diakses tanggal 6 desember 2016

www.trustedcompany.com

www.unindrax1eione.wordpress.com