

DAFTAR PUSTAKA

- Adi, Rifki Nugroho. 2008. Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian dengan Sistem Pre-Order secara Online (Studi Kasus pada Online Shop Choper Jersey. *Skripsi* UNDIP.
- Apriani, Yesi. 2013. Pengaruh Brand Image, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Pizza Hut Di Kota Padang. *Jurnal. Universitas Negeri Padang.*
- Arafat. 2006. *Pemasaran Relasional*. ANDI. Yogyakarta.
- Ba dan Plavou. 2003. *Kepercayaan*. Gramedia. Jakarta.
- Budi Pratiwi. 2010. Pengaruh Presepsi Nilai Pelanggan dan Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen Hypermart Pakuwon Trade Center di Surabaya. *Jurnal Manajemen Universitas Katolik Widya Manggala Surabaya.*
- Elissa, Ingge dan Mujiyana. 2013. Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Via Internet pada Toko Online. *Jurnal Ekonomi Manajemen Universitas Diponegoro.*
- Ghozali, Imam. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 19*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- Johanna, Myra. P., 2006. “Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Beli Ulang (Studi Kasus pada Mandala Airline-Semarang)”. *Tesis*. Program Studi Magister Manajemen Program Pasca Sarjana Universitas Diponegoro Semarang.
- Kotler, Philip. 2000. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Milenium. Jakarta,. Prehallindo.
- Kotler, Philip. 2004. *Manajemen Pemasaran*. Vol. 1. Edisi 10. Jakarta.
- Kotler, Philip. 2006. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 11. Jakarta: PT. Indeks.
- Kotler, P. & Amstrong, G. 2001. *Dasar-dasar Pemasaran* Edisi IX. Jakarta: PT. Indeks.
- Kotler, P. & Amstrong, G. 2003. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jilid 1. Terjemahan Damos Sihombing. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip and Keller, Kevin Lane. 2009. Diterjemahkan oleh Benyamin Molan. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Keduabelas, Jilid 1, PT. Indeks.
- Kotler, Philip and Keller, Kevin Lane. 2012. *Marketing Management 13*. New Jersey: Pearson Prentice Hall, Inc.

- Lupiyoadi, Rambat. 2001. *Manajemen Pemasaran Jasa; Teori dan Praktik (Edisi Pertama)*. Penerbit Salemba Empat. Jakarta.
- Mardhotillah, Izzati Choirini dan Saino. 2013. Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Surabaya. *Jurnal Universitas Negeri Surabaya*.
- Mayer, R.C., Davis, J. H., dan Schoorman, F. D., 1995. An Integratif Model of Organizational Trust, *Academy of Management Review*, 30 (3): 709-734.
- Mujiharjo, Bagyo. 2006. Analisis Faktor – faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan dan Pengaruhnya terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi pada 138 Rumah sakit BRI Demak), *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia*, Volume V, No 2.
- Nurseir et.al. 2010. *Keamanan dalam Onlineshop*. Jakarta.
- Oktavianingrum, Maria M Minarsih ,Moch. Mukeri Warso. 2014. Effect Of Risk Perception, Trust, And Psychology Of Youth Clothing Online Purchase Decision Among University Studens Pandanaran Semarang. *Jurnal Universitas Pandanaran Semarang*. Hal 2.
- Pavlou, P. A., dan Gefen, D., 2002. Building Effective Online Marketplaces with Institution-based Trust, *Proceedings of Twenty-Third International Conference on Information Systems*. pp. 667-675.
- Putra, Isnain Baskara., Taufan, Guruh Hariyadi. 2014. Analisis Pengaruh Kepercayaan, Keamanan, Kualitas Layanan Dan Persepsi Akan Resiko Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Situs Jejaring Sosial (*Social Networking Websites*) (Studi Pada Mahasiswa di Kota Semarang). *Jurnal Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Dian Nuswantoro*.
- Rahma dkk. 2012. Hubungan Antara Kualitas Layanan dan Harga dengan Kepuasan Konsumen Online Shopping pada Mahasiswa Unversitas Surabaya. *Jurnal Universitas Surabaya*.
- Raje, Archana., dan Vandana, Tandon Khanna. 2012. Impact of E-Service Quality on Consumer Purchase Behaviour in an On-line Shopping. *IJCSMS International Journal of Computer Science and Management Studies*. 12 (02). hal.1-5.
- Raman, Arasu., dan Viswanathan, A. 2011. Web Services and e-Shopping Decisions: A Study on Malaysian e-Consumer. *IJCA Special Issue on: Wireless Information Networks & Business Information System*. hal.54-60.
- Rousseau, D.M., Sitkin, B., Burt, R.S., Camere, C. 1998. Not So Different After All: a Cross-Dicipline View of Trust. *Acad Manage Review*. V1.23,393,404.

- Siyamtinah dan Hendar. 2015. "Meningkatkan Pembelian Ulang Melalui Kepercayaan Dan Kepuasan pada Pembelanjaan Online". *ISSN 2032-9791*. Vol. 2 No.1.
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Bisnis*. Alfabeta. Bandung.
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif, kualitatif dan kombinasi (mixed methods)*.Alfabeta. Bandung.
- Sukma, Abdurrahman Adi. 2012. Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Social Networking Websites. *Jurnal Ekonomi Manajemen*. Fakultas Ekonomi Universitas Gunadarma.
- Sularto, Lana. 2004. Pengaruh Privasi, Kepercayaan Dan Pengalaman Terhadap Niat Beli Konsumen Melalui Internet. *Jurnal Ekonomi & Bisnis*. No. 3, Jilid 9, pp138-155.
- Suresh, A.M., dan Shashikala R. 2011. Identifying Factors of Consumer Perceived Risk towards Online Shopping in India. *IPEDR*. 12. hal.336-341.
- Sylvi, Yohana.P.A., 2009. "Pengaruh Perceived Quality, Perceived Value, Brand Preference, Consumer Satisfaction, dan Consumer Loyalty pada Repurchase Intention". *Skripsi*. Fakultas Ekonomi Universitas Sebelas Maret Surakarta.
- Thomson. 2013. Analisis Pegaaruh Kualitas Pelayanan Konsumen Pada Warung Ucok Durian Iskandar Muda Medan Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal FE USU*.
- Tjiptono, Fandy. 2001. *Kualitas Jasa: Pengukuran, Keterbatasan dan Implikasi Manajerial*. majalah Manajemen Usahawan Indonesia. Jakarta.
- Tjiptono, Fandy. 2011. *Pemasaran Jasa*. Penerbit Bayumedia Publishing. Malang.
- Tjiptono, Fandy dan Gregorius Chandra. 2007. *Service, Quality, dan Satisfaction*. Andi. Yogyakarta.
- Tri, Tiara Olivia., Halim, Abdul., Ayu, Gusti Wulandari. 2014. Pengaruh Relationship Marketing Terhadap Motivasi Pembelian Dan Keputusan Pembelian Konsumen Fashion Online Shop Pada Kalangan Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Jember. *Artikel Ilmiah Mahasiswa*. Universitas Jember.

Tugiso, Ilham., Tri, Andi Haryono., M, Maria Minarsih. 2016. Pengaruh *Relationship Marketing*, Keamanan, Kepercayaan Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian *Online Shop* Dan Loyalitas Konsumen Sebagai Variabel *Intervening* (Studi Kasus Pada Online shop “NUMIRA” Semarang). *Journal Of Management*. Volume 2 No.2.

Umar, Husein. 2002. *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.

Utami, Sri. 2006. *Relations Effort Sebagai Strategi Penguat Relationship Outcomes Bisnis di Indonesia*. Disertasi. Universitas Brawijaya Malang.

Zeithmal et.al, 2006. *Service Marketinh Integrating Customer across the Firm* 2nd ed. Boston : Mc Graw Hill.

<https://www.bukalapak.com/bantuan/tentang-bukalapak1/sekilas-bukalapak12/sekilas-bukalapak>

www.topbrand-award.com