

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrahman, Maman & Muhidin, Ali. (2011). *Panduan Praktis Memahami Penelitian*. Bandung. CV. Pustaka Setia
- Adhitya Haryanto Putra, (2010), *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Konsumen Dalam Pengambilan Keputusan Pembelian Produk Melalui Situs Online di Indonesia*, Institute Management Telkom
- Broekhuizen, Thijs. (2006). *Understanding Channel Purchase Intentions: Measuring Online & Offline Shopping Value Perception*. Ridderkerk Offsetdrukkerij Ridderprint B.V
- Chaffey, D., 2009, *E-Business and E-commerce Management : Strategy, Implementation and Practice, 4 edition*, Prentice hall.
- Chyntia Dwi Novianti, (2013), *Analisis Faktor-Faktor Pembelian Secara Online Melalui Media Sosial Twitter Pada Masyarakat Kota Bandung*, Universitas Telkom.
- Dantes Nyoman. (2012). *Metode Penelitian*. Yogyakarta. CV Andi Offset.
- Dian Wirdasari, *Teknologi E-commerce dalam proses bisnis*, (2009) SAINTIKOM.
- Ella Trisnawati, Agus Suroso, Untung Kumorohadi, (2012), *Analisis Faktor-Faktor Kunci dari Niat Pembelian Kembali Secara Online (studi kasus pada konsumen Fresh Shop)*, Universitas Jendral Soedirman.
- Engel, James *et al.* 2006. *Consumer Behaviour*. mason: Permissions Department, Thomson Business and Economics.
- H. Buchari Alma. (2007). *Manajemen Pemasaran & Pemasaran Jasa*. Bandung. Alfabeta
- Harbani Pasolong. (2012). *Metode Penelitian Administrasi Publik*. Bandung. Alfabeta.

- Hawkins David L Mothersbaugh. (2010). *Consumer Behaviour Building Marketing Strategy*. Boston. Mcgraw Hill-Irwin.
- Houda Zarrad Mohsen Debabi, (2012), *online purchasing intention: Factors and Effect*, Manouba State University.
- Laudon, Kenneth C dan Carol Guercio Traver., *E-Commerce 2011, Business.Technology. (seventh edition), Pearson Education Limited,Edinburgh Gate Harlow, England*.
- Louden Traver . (2012). *E-commerce 2012 Business Tecnology Society Eight Edition*. England. Pearson Education Limited
- Mujiyana Ingge Elissa, (2013), *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Via Internet Pada Online Shop*, Universitas Gunadarma.
- Mulyatiningsih,Endang. (2012). *Metode Penelitian Terapan Bidang Pendidikan*. Bandung. Alfabeta.
- Mutaz M. Al-Debei, Mamoun N. Akroush, Mohamed Ibrahiem Ashouri, (2014), *Consumer Attitudes Towards Online Shopping : The effects of trust, perceived benefits, and perceived web quality*, University of Jordan , Amman, Jordan.
- Norizaton Azmin Mohd Nordin, Mariati Norhashim, Salar Sadrabadi, (2013), *A Study On Factors Influencing The Intention To Purchase of Luxury Brands*, International Conference on Enterpreneurship and Business Management.
- Nugroho J Setiadi.(2013). *Perilaku Konsumen*. Jakarta. Kencana.
- Nurul Anissa Lestari, (2012), *Analisis Faktor Pembelian Secara online di media sosial pada tahun 2012 (objek studi : pengguna facebook di indonesia )*, Institute Management Telkom

- Paul Peter & Jerry C.Olson. (2014). *Perilaku Konsumen & Strategi Pemasaran*. Jakarta. Salemba Empat
- Peter Yannopoulos, (2011), *Impact of The Internet on Marketing Strategy Formulation*, University St.Catharines Ontario,Canada.
- Philip Kotler & Kevin lane Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran Edisi 12*. Jakarta. Erlangga.
- Riduwan Dan Engkos Achmad Kuncoro. (2007). *Cara Menggunakan Data Memakai analisis Jalur (Path Analysis)*. Bandung. Alfabeta.
- Sangadji, Etta dan Sopiah, 2013. *Perilaku Konsumen (pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian)*. Andi, Yogyakarta.
- Shergill and Chen (2005). Web-based Shopping : Consumers' Attitudes Towards Online Shopping in New Zealand. *Journal of Electronic Commerce Research*. New Zealand, Vol 6.
- Simamora Bilson. (2005). *Analisis Multivariant Pemasaran*. Jakarta. Gramedia.
- Sugiyono, (2012), *Metode Penelitian Kyantitatif, Kualitatif dan R&D*, Alfabeta, Bandung.
- Sugiyono, (2013), *Metode Penelitian Kyantitatif, Kualitatif dan R&D*, Alfabeta, Bandung.
- Sugiyono, (2014), *Metode Penelitian Kyantitatif, Kualitatif dan R&D*, Alfabeta, Bandung.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif,Kualitatif Dan R&D*. Bandung. Alfabeta.
- Suhartini, (2011), *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Motif Belanja Secara Online di Komunitas Kaskus Semarang*, Universitas Dipenogoro.

- Sukma,Abdurrahman Adi, (2012), *Analisis Faktor-Faktor yang MempengaruhiKeputusan Pembelian Melalui Social Networking Websites*, Jurnal Ekonomi Manajemen.
- Turban Rainer and Potter. (2006). *Pengantar Teknologi Informasi*. Jakarta. Salemba
- Uhar Suharsaptra. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif,Kualitatif, & Tindakan*.Bandung. PT.Refika Aditama.
- Vina Sari Fadilla,(2014), *Analisis Faktor Pendorong Pembelian Secara Online Melalui Media Twitter di Wilayah Bandung*, Universitas Telkom.
- Yanuar Ikbar.(2012). *Metode Penelitian Sosial Kualitatif*. Bandung. Refika Aditama
- Yuliharsi, Md.Aminul Islam, Ku Amir Ku Daud, (2011), *Factors That Influence Customers Buying Intention on Shopping Online (International Journal of marketing studies)*, International journal of marketing studies.