

DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrahman, N. H. (2015). *Manajemen Strategi Pemasaran*. Bandung: Pustaka Setia.
- Ahira, A. (2013). Retrieved November 3, 2016, from <http://www.anneahira.com/kompas-com.htm>
- Alexa. (2016). Retrieved Januari 18, 2016, from <http://www.alexa.com/topsites>
- Barrera, R. B., García, A. N., & Moreno, M. R. (2014). Evaluation of the e-service quality in service encounters with incidents: Differences according to the socio-demographic profile of the online consumer. 184-193.
- BaticMedia. (2013). *Batic Media*. Retrieved Januari 18, 2016, from <http://www.baticmedia.com/pengertian-media-online-jenis-jenisnya/>
- Berliyanto. (2015). Retrieved Januari 18, 2016, from <http://blog.idkeyword.com/profil-pengguna-internet-di-indonesia-tahun-2015/>
- Bressolles, G., Durrieu, F., & Senecal, S. (2014). A consumer typology based on e-service quality and e-satisfaction. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 889-896.
- Burton, G. (2010). *Media dan Budaya Populer*. Yogyakarta: Jalasutra.
- CT Corp. (2011). Retrieved Oktober 11, 2016, from <http://www.ctcorpora.com/detik.php>
- Daryanto. (2011). *Sari Kuliah Manajemen Pemasaran*. Bandung: PT Sarana Sejahtera.
- Hair, J. F. (2010). *Multivariate Data Analysis (7th edition)*. New Jersey: Pearson Education Inc.
- Hanafi. (2013). *7 Situs Populer Indonesia yang Sering Dikunjungi*. Retrieved Februari 8, 2016, from <http://www.berbagiinfo4u.com/2013/01/7-situs-populer-indonesia.html>
- Indrawati. (2015). *Metode Penelitian Manajemen dan Bisnis Teknologi Komunikasi dan Informasi*. Bandung: Refika Aditama.
- Kassim, N., & Abdullah, N. A. (2010). The effect of perceived service quality dimensions on customer satisfaction, trust, and loyalty in e-commerce settings: A cross cultural analysis. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics, Vol.XXII Iss: III*, 351-371.
- Kompas. (2008). Retrieved November 3, 2016, from <http://inside.kompas.com/about-us>
- Kompas Cyber Media. (2008). Retrieved Oktober 11, 2016, from <http://inside.kompas.com/about-us>

- Kotler, P., & Amstrong, G. (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran Edisi 12 Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2012). *Principle of Marketing Global. 14th Edition*. New Jersey: Prentice.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2014). *Principle of Marketing. 15th Edition*. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Kotler, P., Keller, & Lane, K. (2009). *Manajemen Pemasaran Edisi 13*. Jakarta: Erlangga.
- Lupiyoadi, R., & Hamdani, A. (2011). *Manajemen Pemasaran Jasa Edisi 2*. Jakarta: Salemba Empat.
- Luturlean, B. S., & Prasetyo, A. P. (2014). Positioning dan Strategi Pemasaran berdasarkan Penguatan Merek Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Telkom, Bandung.
- Malhotra, N. K. (2010). *Marketing Research*. New Jersey: Pearson.
- Malhotra, N. K. (2010). *Marketing Research an Applied Orientation*. New Jersey: Pearson.
- Management Okezone. (n.d.). *Indonesian News & Entertainment Online!* Retrieved Februari 8, 2016, from <http://management.okezone.com/>
- McQuail, D. (2011). *Teori Komunikasi Massa*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Nurudin. (2011). *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Payung, R. R. (2015, September 7). *Institut Komunikasi Indonesia Baru*. Retrieved Januari 18, 2016, from <http://komunikasi.us/index.php/course/5188-perkembangan-media-surat-kabar-dan-dampak-pesan-yang-diberikan>
- Peter, J. P., & Olson, J. C. (2010). *Consumer Behavior and Marketing Strategy 9th ed*. New York: Mc Graw Hill.
- Pitoyo, A. (2014). Retrieved November 3, 2016, from <https://www.merdeka.com/teknologi/30-juta-anak-anak-dan-remaja-indonesia-pengguna-internet-aktif.html>
- Rahardi, W. (2015). *Ini Penghasilan 15 Media Online Terbesar di Indonesia*. Retrieved Januari 18, 2016, from <http://www.blogoblok.com/2015/10/ini-penghasilan-15-media-online.html>
- Rangkuti, F. (2011). *Marketing Strategy & Competitive Positioning*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Rangkuti, F. (2011). *Riset Pemasaran Cetakan ke 10*. Jakarta: PT Gramedia.
- Ratnasari, R. T., & Aksa, M. H. (2011). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Sajadi, R. E., & Ghachem, L. (2015). The impact of hedonic and utilitarian value of online avatars on e-service quality. *Computers in Human Behavior*, 81-86.

- Salahuddin, R. (2015, Februari 4). *Institut Komunikasi Indonesia Baru*. Retrieved Januari 18, 2016, from <http://komunikasi.us/index.php/course/2720-perkembangan-media-print-memasuki-era-digital>
- Santoso, I. (2015). *Kompas.com mengalahkan Detik.com di Awal Tahun 2015*. Retrieved Januari 18, 2016, from <http://www.myihwan.com/2015/01/06/82/kompas-com-mengalahkan-detik-com-di-awal-tahun-2015/>
- Santoso, S. (2015). *Menguasai Statistik Multivariat*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Sekaran, U. (2006). *Research Method for Business Buku 2 Edisi 4*. Jakarta : Salemba Empat.
- Sekaran, U. (2007). *Research Method for Business Buku 1 Edisi 4*. Jakarta: Salemba Empat.
- Setiadi, N. (2010). *Perilaku Konsumen : Perspektif Kontemporer pada Motif, Tujuan, dan Keinginan Konsumen*. Jakarta: Kencana Prenada.
- Simamora, B. (2015). *Analisis Multivariat Pemasaran*. Jakarta: PT Gramedia.
- Stiglingh, M. (2014). A measuring instrument to evaluate e-service quality in arevenue authority setting. *Public Relations Review*, 216–225.
- Sujarweni, V. W. (2015). *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Sunyoto, D., & Susanti, F. E. (2015). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Yogyakarta: CAPS (Center For Academic Publisher Service).
- Suparmo, L. (2011). *Aspek Ilmu Komunikasi*. Jakarta: PT Indeks.
- Supranto, J. (2010). *Analisis Multivariat : Arti dan Interpretasi*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Swaid, S., & Wigand, R. (2009). Measuring The Quality of E-Service: Scale development and initial validation. *Journal of Electronic Commerce Research*, 13-28.
- Tjiptono, F. (2009). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2012). *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Walker, O. C., & Mullins, J. W. (2014). *Marketing Strategy - A Decision - Focused Approach eighth editions*. New York: McGraw-Hill Book Company.
- Wardhani, D. (2008). *Media Relations Sarana Membangun Reputasi Organisasi*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Zikmund , W. G., Babin, B. J., Carr, J. C., & Griffin, M. (2010). *Bussiness Reasearch Methods (8th ed)*. South Western: Cengage Learning.