

## DAFTAR PUSTAKA

- Ardyanto, D. (2015). "Pengaruh Kemudahan Dan Kepercayaan Menggunakan E-Commerce Terhadap Keputusan Pembelian Online (Survei Pada Konsumen [www.petersaysdenim.com](http://www.petersaysdenim.com))". *Jurnal Administrasi Bisnis*, 22(1).
- Basu Swasta dan T. Hani Handoko, 2008, *Manajemen Pemasaran, Analisa Perilaku Konsumen*, edisi pertama, cetakan keempat, Penerbit: BPF, Yogyakarta
- Burhanudin R. (2017). Pengaruh Iklan Traveloka di Televisi Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi di Indonesia). *E-Proceeding of Management*. Vol. 4, No 2
- Ghozali, Imam. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Edisi Ketujuh. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Griffin, Ricki W dan Ronal J Ebert. 2007. *Bisnis* Edisi 8. Jakarta: Erlangga.
- Haryanto, J.O. (2009). Pengaruh Upaya Ekstra dalam Meningkatkan Intensi Membeli Konsumen. 1 (8) : 191-208
- Hawkins. (2001). *Consumer Behavior: Building Marketing Strategy*. New York: Mc-Graw Hill Inc.
- Hemamalini dan Kurup. (2014). *Effectiveness of Television Advertisement on Purchase Intention*. Vol. 3, No 2
- Hoyer, W. D. & MacInnis, D. J. (2010). *Consumer Behavior*, (5<sup>th</sup> Edition). South-Western: pre-Press, PMG.
- J. Setiadi, Nugroho, SE., MM., 2003, "Perilaku Konsumen Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran". Jakarta: Kencana.
- Kotler, P. & Armstrong. (2008) *Prinsip-Prinsip Pemasaran 1*. Edisi keduabelas. Jakarta: Erlangga
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane. 2009. *Manajemen Pemasaran*, Edisi 13, Erlangga, Jakarta.
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane. (2012). *Marketing Management*. (14<sup>th</sup> ed). New Jersey: Pearson
- Mughal A., Asif M., Ammar M., Bilal A. (2014). The Impact of Promotional Tools on Consumer Buying Behavior: A Study from Pakistan. *Journal of Public Administration and Governance*. Vol. 4, No 3, ISSN 2161-7104

- Rositasari, M., & Risca, F.A. (2016). "Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Risiko, Persepsi Kemudahan, dan Persepsi Manfaat terhadap Sikap Pembelian Produk Fashion melalui Online Shop (Studi pada Pengguna Facebook di Indonesia)". Vol. 3, No 2
- Sastika, Widya. (2016). *Analisis Pengaruh Kualitas Website E-Commerce Traveloka Terhadap Keputusan Pembelian*. Seminar Nasional. ISSN: 2089-9815
- Schiffman, Leon G dan Kanuk, Leslie Lazar. 2000. *Perilaku Konsumen*. Edisi Ketujuh. Terjemahan oleh Zoelkifli Kasip. 2008. Jakarta: PT Indeks.
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sutisna. (2001). *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. PT. Remaja Rosdakarya, Bandung.
- Tjiptono, Fandy. 2001. *Strategi Pemasaran. Edisi Pertama*. Andi Offset. Yogyakarta.