

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D. A. 1996. *Measuring brand equity across products and markets*. California Management Review. 38(3) : 102-20.
- Aberdeen, N.I., M. Syamsun and M. Najib. 2016. *The effect of brand awareness and image on consumer perceived quality and purchase intension – a study case of carbonated drink brand*. International Journal of Scientific and Research Publications. 6 (8) : 441 – 446.
- Adams, D., R. Nelson and P. Todd. 1992. *Perceived Usefulness, Ease of Use, and Usage of Information Technology: A Replication*. MIS Quarterly, 16 (2): 227-247.
- Adam, Grant. Shine Abram, 2003. *People and Tech*. Missisipi: Whartons Brothers.
- Agustin, Denik. 2014 *Pengaruh Minat Belajar dan Lingkungan Sekolah Terhadap Prestasi Belajar Ekonomi pada Siswa Kelas VIII Mts Muhammadiyah Waru Tahun Ajaran 2013/2014*. Skripsi. Surakarta: UMS
- Avisena, Assauri. 2015. *Manajemen Pemasaran: Dasar, Konsep & Strategi* Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Bilson, S. 2001. *Memenangkan Pasar dengan Pemasaran Efektif dan Profitabel*. PT. Gramedia Pustaka Utama : Jakarta.
- Chi, H.K., H.R. Yeh and Y.T. Yang. 2009. *The Impact of Brand Awareness on Consumer Purchase Intention: The Mediating Effect of Perceived Quality and Brand Loyalty*. The Journal of International Management Studies. (4) 1 : 135 – 144.
- Chuswanda, D. (2015), *Analisis Pengaruh Harga, Promosi, Kualitas Produk, dan Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Makanan Pada Restoran California Fried Chicken (CFC) Pabuaran*. Skripsi Fakultas Ekonomi Universitas Gunadarma, Depok.
- Dani, Sutrisno. 2004. *Metodologi Research*. Yogyakarta: BPFE
- Davis, G.B. 2013. *Kerangka Dasar Sistem Informasi Manajemen*. Palembang: Maxikom.

- Dewi., J.I. 2005. *Perspektif Baru dalam Strategi Branding*. Amara Books : Jakarta.
- Dodds, W. B and D. Grewal. 1991. *Effect of price, brand and store information on buyer's product evaluation*. Journal of Marketing Research. 28(3) : 307-319.
- Durianto, D., Sugiarto dan T. Sitinjak. 2001. *Strategi Menaklukan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek*. PT.Gramedia Pustaka Utama : Jakarta.
- Fraenkel, J and J. Wallen. 2008. *How to Design and Evaluate Research in Education*. McGraw-Hill Higher Education : New York.
- Gitosudarmo, Indriyo, 2008, *Manajemen Pemasaran*, edisi kedua, cetakan keenam, Penerbit : BPF – Yogyakarta
- Ghosh, A. 1990. Retail management. Drydden press : Chicago.
- Ghozali, I. (2006), *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: BP Undip.
- Ghozali, I. (2011), *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19* (Edisi 5). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Ghozali, I. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 20* Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Given, L. M. 2008. "Qualitative research methods." *In The Encyclopedia of Educational Psychology*. Sage Publications : Thousand Oaks, CA.
- Grewal, D., B. Krishnan., J. Baker., and N. Borin. 1998. *The effect of store name, brand name, and price discount on consumers' evaluations and purchase intention*. Journal of Retailing. 74 (3) : 331-352.
- Hasan, I. 2006. *Analisis Data Penelitian dengan Statistik*. Bumi Aksara : Jakarta.
- Hermawan, D. dan S. Sulistyanto. 2005. *Analisis faktor-faktor yang berpengaruh terhadap earning management*. Jurnal Akuntansi Bisnis. 3(6): 102-125.

Herbig, P and J. Milewicz. 1993. *The relationship of reputation and credibility to brand success*. Journal of Consumer Marketing. 10 (3): 18-24.

Hoeffler, S and K. L. Keller. 2002. *Building brand equity through corporate societal marketing*. Journal of Public Policy & Marketing. 21(1): 78-89.

<https://id.wikipedia.org/wiki/Tokopedia>

Humidiana dan E. Indrayani. 2006. Sistem Informasi Manajemen Obsesi Mengoptimalkan Informasi dalam Bisnis. Penerbit Graha Ilmu : Jakarta.

Irmawati, D. 2011. Pemanfaatan *e – commerce* dalam dunia bisnis. Jurnal Ilmiah Orasi Bisnis. Edisi IV : 95 – 113.

Janiszewski, C and M. J. V. Osselaer. 2000. *A connectionist model of brand-quality associations*. Journal of Marketing Research. 37(3) : 331-350.

Jonathan, S. 2006. *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Graha Ilmu : Yogyakarta.

Kalakota, Ravi. Andrew B Whinston 1997. Electronic Commerce,

Keller.,K.L. 2001. *Building customer-based brand equity*. Marketing Management 10 (2) :14-19.

Kim, J. O. and B.H. Jin . 2001. *Korean consumers' patronage of discount stores: Domestic vs. multinational discount stored shoppers' profile*. Journal of Consumer Marketing. 18 (3) : 236-255.

Kinnear, T.C. and J. R. Taylor. 2003. *Riset Pemasaran*. (Terjemahan oleh Thamrin). Edisi Tiga, Erlangga : Jakarta.

Kotler, Philip. 2005. *Manajemen Pemasaran*. PT. Indeks Kelompok Gramedia: Jakarta.

Kotler, P. 2008. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Milenium Terjemahan Benyamin Molan. PT. Prenhallindo. Jakarta.
_____, dan G. Armstrong. 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jilid 1. Erlangga. Jakarta.

Kotler, P. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Erlangga. Jakarta.

- Kuntjara. 2007. *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Ulang Konsumen (Studi Kasus di PT Wijaya Karya Beton Wilayah IV : Jateng, DIY, Kalsel dan Kalteng)*. Tesis, Semarang Universitas Diponegoro.
- Komalasari, dkk. 2011. *Asesmen Teknik Non Tes Perspektif BK Komprehensif*. Jakarta: PT. Indeks
- Kumala, Octaviantika Benazir. 2012. *Pengaruh Word of Mouth Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Tune Hotels Kuta Bali. Skripsi*. Universitas Indonesia, Jakarta.
- Lee, C.B.P. and G. Wan. 2010. *Including subjective norm and technology trust in the technology acceptance model: a case of e-ticketing in china*. The DATA BASE for Advances in Information Systems. 41 : 440-51.
- Liu, G., C.L. Heyes and W.W. Ko. ***Employee participation in cause-related marketing strategies : A study of management perceptions from British consumer service industries***. Journal of Business Ethics. 92 (2) : 195-210.
- Lungan, R. 2006. *Aplikasi Statistik & Hitung Peluang*. Graha Ilmu : Yogyakarta.
- Nazia Yaseen, Mariam Tahira, Ammil Gulzar, dan Ayesha Anwar dari University Islamabad *The Effect of Brand Equity Components on Purchase Intention : An Application of Aaker's Model in the Automobile Industry*
- Mardalis. 2008. *Metode Penelitian Suatu Pendekatan Proposal*. Bumi Aksara : Jakarta.
- Moleong, L. J. (2004). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Martono, M., dan S. R Iriani. 2014. “Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Minat Beli Konsumen Produk Batik Sendang Duwur Lamongan”, Jurnal Ilmu Manajemen, Vol. 2, No. 2, pp. 687-699.
- Nugroho, Adi, 2006. *E-commerce (memahami perdagangan modern di dunia maya)*. Informatika Bandung. Bandung.
- Nisfiannoor, M. (2008), *Pendekatan Statistika Modern Untuk Ilmu Sosial*. Jakarta: Salemba Humanika.

- Ramdhani, V dan E.H. Nugrahani. 2015. Dynamical system of modelling the depletion of forestry resources due to crowding by industrialization. *Appl. Math. Sci* 9 (82) : 4067 – 4079.
- Ranganathan, C and S. Ganapathy. 2002. Key Dimensions of Business-To-Consumer Web Sites. *Information and Management*. University of Illinois, Chicago.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2010). *Research Methods for business*. EAST Lothian: Scoprnt
- Sharp, B. M. 2000. *Brand awareness effects on consumer decision making for a common, repeat purchase product: A replication*. *Journal of Business Research*. 48 : 5-15.
- Simarmata, Janner 2006 *Pengenalan Teknologi dan Informasi* Yogyakarta: Andi Offset
- Simamora. 2010. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Yogyakarta : STIE YKPN.
- Soeratno, & Arsyad, L. (2003). *Metode Penelitian : Untuk ekonomi dan bisnis*. Yogyakarta: Unit Penerbit dan Percetakan Akademi Manajemen Perusahaan YKPN
- Sugiono. 2009. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung:Alfabeta.
- Sulistiyari, I. N. 2012. “*Analisis Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Minat Beli Produk Oriflame*”. Skripsi. Fakultas Ekonomika dan Bisnis. Universitas Diponegoro, Semarang.
- Slameto. (2010). *Belajar dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhinya*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Tjiptono, F. 2008. *Strategi Bisnis Pemasaran*. Andi. Yogyakarta.
- Torkzadeh, G and G. Dhillon. 2002. *Measuring factors that influence the success of internet commerce*. *Information System Research*. 13 (2) : 187-204.
- Turley, L. W and P.A. Moore. 1995. *Brand name strategies in the service sector*. *Journal of Consumer Marketing*, 12(4): 42-50.

- Utami, Agustin Dyah dan Triyono, Ramadian Agus, 2012. Pemanfaatan Blackberry Sebagai Sarana Komunikasi dan Penjualan Batik Online dengan Sistem Dropship di Batik Solo 85.
<http://ijns.org/journal/index.php/>, Diakses pada tanggal 25 Januari 2015, pukul 11.25
- Umar, H. 2003. Metode Riset Bisnis Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Venkatesh, L Mathu Krhitiga Sistem Manajemen Jakarta: Margham Publikasi
- Wang, Y.Hui. and T. C. Fen. 2014. The relationship between brand image and purchase intention: evidence from award winning mutual funds. The International Journal of Business and Finance Research. 8 (2) : 27-40.
- Wijayanti, Irine Diana Sari. 2008. Manajemen. Editor: Ari Setiawan. Yogyakarta: Mitra Cendikia.
- Zeithaml, V.A. 1988. *Consumer perceptions of price, quality and value: a means-end model and synthesis of evidence*. Journal of Marketing 52 (3) : 48-62.