

DAFTAR PUSTAKA

- Arifin, J. (2008). *Statistik Terapan dengan Microsoft Excel 2007*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Bram, & Yudi, F. (2005). Analisis Efektifitas Iklan Sebagai Salah Satu Strategi Pemasaran Perusahaan Percetakan dan Penerbitan PT. Rambang dengan Metode EPIC. *Palembang: Jurnal Manajemen dan Bisnis Vol.3 No.6*.
- Durianto, Darmadi, & dkk. (2003). *Invasi Pasar dengan iklan yang efektif*. Jakarta: Gramedia.
- Faoezy, M. (2016). Analisis Pengaruh Efektifitas Iklan Internet dan Kelompok Referensi Terhadap Persepsi Kualitas dan Dampaknya Terhadap Niat Menggunakan Aplikasi Game Clash of Clans. *Jurnal UMY*.
- Ferdinan, A. (2002). *Metode Penelitian Manajemen*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Firdaus, I. (2012). *Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Retrieved from www.academia.edu: http://www.academia.edu/9562756/komunikasi_pemasaran_terpadu
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Harris, L. C., & Goode, M. H. (2010). Online Servicecapes, Trust, and Purchase Intention. Vol. 24 No.23. *Journal of Service Marketing*.
- Hellier, P. K. (2003). Customer Repurchase Intention. *European Journal of Marketing*.
- Isparmo. (2016). *Data Statistik Pengguna Internet di Indonesia 2017 berdasarkan survey apjii*. Retrieved from isparmo.web.id: <http://isparmo.web.id/2018/08/01/data-statistik/pengguna-internet-di-indonesia-2017-berdasarkan-survey-apjii/>
- Kaur, G., & Quareshi, K. T. (2015). Factors obstructing intentions to trust and purchase products online. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, pp 758-783.
- Kotler, P. (2004). *Manajemen Pemasaran 2, Edisi Milenium*. Jakarta: PT Ikrar Mandiri.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2012). *Principles of Marketing, 15th Edition*. Pearson Education Limited.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran, Ahli Bahasa Bob Sabran, Edisi 13, Jilid 2*. Jakarta: PT. Indeks.
- Levine, D. M., Stephen, D. F., & Kreh, T. C. (2011). *Statistic for Manager Using Microsoft Excel, Sixth Edition*. 34.

- Lim, Y. M., Yap, C. S., & Lau, T. C. (2011). The Effectiveness of Online Advertising in Purchase Decision: Liking, Recall and Click. *Australian Journal of Basic and Applied Sciences*, Hal 1517-1524.
- Mangkunegara, P., & Anwar, A. A. (2005). *Perilaku Konsimen*. Bandung: Refika Aditama.
- Rajaobelina, L., & Bargeron, J. (2009). Antecedent and Consequences of Buyer Seller Relationship quality in the financial services industry. *International Journal of Bank Marketing*. Vol.27 no.5, pp 359-380.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2013). *A Skill Building Approach, Sixth Edition*.
- Shimp, T. A. (2007). *Advertising, Promotion, and Other Aspects of Integrated Marketing Communication 7th Edition*. South Western: Thompson.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Yamit, Z. (2001). *Manajemen Kualitas Produk dan Jasa*. Yogyakarta: Ekonosia.