

DAFTAR PUSTAKA

- Afsar, B., Z.Ur. Rehman., J.A. Qureshi., dan A. Shahjehan, 2010. *Penentu loyalitas pelanggan di sektor perbankan: Kasus Pakistan*.
- Arifin, S. (2011). Pengaruh Kepercayaan, Fasilitas dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan konsumen pada Hotel Jepara Indah. *Jurnal Dinamika Ekonomi dan Bisnis, Vol. 8 No. 1*, 67-78.
- Asakdiyah, S. (2005). Analisis Hubungan Antara Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan dalam Pembentukan Intensi Pembelian Konsumen Matahari Group di Daerah Istimewa Yogyakarta. *Jurnal Akuntansi dan Manajemen STIE YKPN, Vol. XVI, No. 2*, 129 – 140.
- Ajzen, I. dan Fishbein. M., 2001, *Understanding Attitudes and Predicting Social Behavior*, Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.
- Bachmann dan Zaheer, 2006, *The Handbook of Trust Research*, Jakarta.
- Basrah Saidani, S. A. (2012). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Konsumen dan Minat Beli pada Ranch Market. *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia, Vol. 3 No. 1*.
- Cohen L, Manion L, Morrison K. (2013). *Research methods in education* : Routledge.
- Cooper, D. R., & Schindler, P. S. (2003). *Business research methods (8th ed)*. New York : McGraw-Hill.
- Darsono, I.I. (2008). Hubungan perceived service quality dan loyalitas: Peran trust dan satisfaction sebagai mediator. The 2nd National Confrence UKWMS. Surabaya.
- Dwi Putra Jati Aribowo dan Mahendra Adi Nugroho, 2013. Pengaruh Trust dan Perceived of Risk terhadap Niat untuk Bertransaksi Menggunakan e-commerce. *Jurnal Nominal. Vol 2 No. 1*: 11-35.
- Emmanuel, U., & Ibeawuchi, E. (2015). Reseach Design and Sampling in Social and Manajement Sciences in 21 st Century. *European Journal of Academic Essays, 2(3)*, 37-46.

- Fullerton, G., & Taylor, S. 2002. Mediating, Interactive, and Non- Linear Effects in Service Quality and Satisfaction with Services Research. *Canadian Journal of Administrative Sciences*, 19.
- Gunara, Thorik & Hardiono, U. S., Marketing Muhammad, 2006, Takbir Publishing House, Bandung.
- Hair JF. (2003). *Essentials of Business Research Methods*: Wiley.
- Ha, Y. d. (2004). Internet Shopping Behaviours: The General Influence of Innovativeness. *International Jurnal of Retail Management*. Vol 3 No 3, 380-392.
- Hoga Saragih dan Rizky Ramdhany, 2012, Pengaruh Intensi Pelanggan dalam Berbelanja Online Kembali melalui Media Teknologi Informasi Forum Jual Beli (FJB) Kaskus, *Journal of Information Systems*, Vol 8 No 2: 100-112.
- Hume, Margee, and Mort, Gillian Sullivan. 2010. The Consequence of Appraisal Emotion, Service Quality, Perceived Value and Customer Satisfaction on Repurchase Intent in the Performing Arts. *Journal of Service Marketing*, Vol. 24, No. 2, pp: 170-182.
- Inka Janita Sembiring, S. A. (2014). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan pelanggan dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol. 15 No. 1.
- Istanto, Yuni. 2007. Pengaruh Intervensi Pelayanan dan Disain Fasilitas Pelayanan Terhadap Minat Pembelian Ulang. *Journal BALANCE Economics, Business, Management and Accounting*, Th. IV, No. 8, hal: 1-14.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2007. *Manajemen Pemasaran*. Diterjemahkan oleh Bob Sabran M.M. Edisi Kedua Belas. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller, “Manajemen Pemasaran, Edisi Bahasa Indonesia”, Edisi 13, Erlangga, Jakarta, 2009.
- Kotler, Philip, 2005, *Manajemen Pemasaran Analisis, Perencanaan dan Pengendalian*, Jilid Dua, Erlangga, Jakarta.

- Laohapensang, O. (2009). Factors influences shopping internet behavior in Thailand: a survey of online consumers. *Journal of Fashion and Marketing Management*. Vol 13 (4), 502-550.
- Laudon, Kenneth C dan Jane P. Laudon. 2012. *Sistem Informasi Manajemen*. Terjemahan Chriswan Sungkono dan Machmudin Eka P. Jakarta: Salemba Empat.
- Luarn, P. and H.H. Lin. 2003. *A Customer Loyalty Model for E-Service Context*.
- Lupiyoadi, Rambat, "Manajemen Pemasaran Jasa, Teori dan Praktik", Salemba Empat, Jakarta, 2001.
- Lupiyoadi, R. 2001. *Manajemen Pemasaran Jasa : Teori dan Praktek (Service Marketing Management: Theory and Practice)*, Salemba empat , Jakarta
- Malhotra, N. (2004). *Riset penelitian: Pendekatan terapan*. (Ed.4). Jakarta: PT. Indeks Kelompok Gramedia.
- Mayer et al. 1995. *Marketing Research an Applied Orientation*. Prentice Hall. New Jersey.
- McKnight et al., 2002. The Impact of Initial Consumer Trust on Intention to Transact with a Website: A Trusting Building Model. *Jurnal sistem strategi informasi* 11.
- Mowen, J.C. 2002. *Consumer Behavior 4th Edition*, Prentice Hall. New Jersey.
- Muhammad Syaifudin, 2014, Analisis Pengaruh Privasi, Keamanan dan Kepercayaan terhadap Niat untuk Bertransaksi secara Online di OLX.co.id, *Jurnal Manajemen Pemasaran*, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya Malang.
- Mukherjee, A. and Nath, P. 2003. A Model of Trust in Online Relationship Banking. *The International Journal of Bank Marketing Bradford*, 21 (1), 5. March 10, 2005.
- Parasuraman, Zeithmal, V.A, Berry, L.L., "The Behavioural Consequences of Service *Jurnal Ekonomi Volume 4 Nomor 1, Mei 2013 64 Quality*", *Journal of Marketing*, No. 60. Hal. 31 – 46, 1996.

- Pudji Utomo, dkk, 2011, Kepercayaan terhadap Internet serta Pengaruhnya pada Pencarian Informasi dan Keinginan Membeli Secara Online, *Jurnal Dinamika Informatika*, Vol 3 No. 1, hal 1-7.
- Purnama, Nursya'bani. 2006. *Manajemen Kualitas*. Edisi Pertama. Yogyakarta: EKONISIA.
- Rangkuti. (2006). *Measuring Customer Satisfaction*, (Teknik Mengukur dan Strategy Meningkatkan Kepuasan Pelanggan), serta Analisis PLN JP, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Ravichandran, K. Bhargavi, S. Arun Kumar, "Influence of Service Quality on Banking Customer Behavioural Intentions", *International Journal of Economics and Finance* Vol. 2. No.4. Hal. 18-29, 2010.
- Sarwo Eddy Wibowo, E. R. (2013). Pengaruh persepsi Kualitas Pelayanan terhadap Niat Pembelian Ulang Toko Buku Gramedia Yogyakarta. *Jurnal Ekonomi, Volume 4 No 1*.
- Schiffman dan Kanuk., 2000, *Consumer Behavior*, 10th Edition, NJ: Prentice Hall.
- Simamora, Bilson. 2003. *Membongkar Kotak Hitam Konsumen*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Sur Yanti, 2012, Sikap Konsumen Sebagai Pemoderasi Faktor Penerimaan Teknologi Informasi Dan Kepercayaan Terhadap Niat Belanja Kembali Melalui Internet, *Tesis*, Program Pascasarjana Universitas Gajahmada Yogyakarta, Tidak dipublikasikan.
- Tjiptono, Fandy dan Diana, "TQM : Total Quality Manajemen", Edisi Revisi, Penerbit Andi, Yogyakarta, 2000.
- Tjiptono, Fandy, "Prinsip – Prinsip Total Quality Service", Andi Offset, Yogyakarta, 2000.
- Tjiptono, Fandy. 2001. *Strategi Pemasaran* cetakan kelima. Penerbit Andi, Yogyakarta.
- Tutik Setyawati, Y. D. (2016). Pengaruh Keamanan dan kepercayaan terhadap Niat Beli Produk Online Shop dengan Norma Subyektif Sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia*, Vol. 10 No. 2, 191-203.

- Verhagen, Tibert dan Willemijn, Van Dolen. 2011, The Influence of Online Store Beliefs on Consumer Online Impulse Buying: A Model and Empirical Application. *Journal Information & Management*. No. 48. pp. 320-327.
- Wijaya, Tony, “Pengaruh Service Quality Perception dan Satisfaction terhadap Purchase Intention”, *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*. Vol. 17 (1). Hal. 39 – 52, 2005.
- Winahyuningsih, P. (2010). Pengaruh Kepercayaan dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen pada Hotel Gripta Kudus. *Jurnal Sosial dan Budaya*.
- Zikmund, 2003. *Marketing*. Southwestern Collage Publishing. California.