

## DAFTAR PUSTAKA

- Anggita Sari, Rizkia. 2012. "Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Corporate Social Responsibility Disclosure Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia". Jurnal, Volume 1 Nomor 1, Universitas Negeri Yogyakarta.
- Augusty, Ferdinand. 2006. Metode Penelitian Manajemen. Semarang: Badan
- Basu Swastha, DH dan Irawan. 1990. *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty
- Basu Swastha, DH dan Irawan. 2003. *Manajemen Pemasaran Modern*, Liberty:Yogyakarta
- Cut Mitra Susanti, Mukhlis Yunus, Syafruddin Chan, "Pengaruh orientasi berbelanja dan kualitas website terhadap word of mouth dan dampaknya pada keputusan pembelian online ", Jurnal manajemen pascasarjana Universitas Syiah Kuala Banda Aceh Vol.4 No.3, Agustus 2015
- Cunningham F.G., 2012. *Obstetri Williams. Cetakan 23, EGC, Jakarta. pp.774-797.*
- Engel, J. F., G. Blackwell, dan P. W. Miniard. 1994. Perilaku Konsumen . Jilid 1. Binarupa Aksara, Jakarta.
- Engel, James F, et.al., 1995, *Consumer Behavior*, Alih Bahasa: Budiyanto, Jilid 1 dan 2, Bina Rupa Aksara, Jakarta
- Fandi Tjiptono. (2001). *Kualitas Jasa: Pengukuran, Keterbatasan dan Implikasi Manajerial, majalah Manajemen Usahawan Indonesia*. Jakarta
- Gabriel A. 2008. Perilaku keluarga sadar gizi (kadarzi) serta hidup bersih dan sehat ibu kaitannya dengan status gizi dan kesehatan balita di Desa Cikarawang, Bogor [Skripsi]. Bogor : Fakultas Pertanian, Institut Pertanian BogorIful Anwar dan Budhi Satrio (2015) yang berjudul "Pengaruh harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian". Jurnal ilmu dan riset manajemen, Vol.4, No.12, Desember.
- Hahn, Fred E. 2002. Beriklan dan Berpromosi Sendiri. Jakarta : PT. Gramedia. Pustaka Utama Luh Alviolita Kusuma Nusarika dan Ni Made Purnami, 2015 "Pengaruh persepsi harga , kepercayaan, dan orientasi belanja terhadap niat beli secara online ", E-Jurnal Manajemen Unud, Vol.4 No.8, Hal 2380-2406

- Iput.(2007). Word of Mouth, Kalahkan Pengaruh Iklan ATL. (2007). Sumber dari Internet: 17 Nopember 2007 <http://nero.com/link.php>.
- Kotler, Amstrong. 2001. *Prinsip-prinsip pemasaran*, Edisi keduabelas, Jilid 1. Jakarta: Erlangga
- Kusuma, D. F., Septarini, B. G. (2013). Pengaruh Orientasi Belanja Terhadap Intensi Pembelian Produk Pakaian Secara Online Pada Pengguna Online Shop. Jurnal Psikologi Industri dan Organisasi. Vol 02. No. 1. Februari 2013. 3-4*
- Kwek, Ling Choon., Tan, Piew Hoi., dan Lau, Chai Teck. 2010. Investing The Shopping Orientations on Online Purchase Intention in The E-Commerce Environment: A Malaysian Study. Journal of Internet Banking and Commerce. Vol. 15, No. 2., pp:-4-5*
- Tjiptono, Fandy. 2012. *Service Management Mewujudkan Layanan Prima*. Yogyakarta: CV Andi Offset
- Kotler, Philip, 1996, “Manajemen Pemasaran : Maketing Management 9e” , Jakarta, PT. Prenhallindo
- Kotler, Amstrong. 2001. *Prinsip-prinsip pemasaran, Edisi keduabelas, Jilid 1*. Jakarta: Erlangga
- Kassim, N.M. and Abdullah, N. (2010). “The Effect of Perceived Service Quality Dimensions on Customer Satisfaction, Trust and Loyalty in E-Commerce Setting: A Cross Cultural Analysis”. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*.
- Kotler, Philip & Armstrong, Gary. 2006. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi Keduabelas. Erlangga. Jakarta.
- Loudon, David L. and Della Bitta, Albert J., 1988, *Consumer Behavior: concepts and application 3rd Edition* . McGraw-Hill, New York.
- .Listyorini Sari Analisis Faktor Gaya Hidup Dan Pengaruhnya Terhadap Pembelian Rumah Sehat Sederhana. Vol 1 No.1 September 2012.
- Lupiyoadi , Rambat. 2001. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta : PT. Salemba Empat.

- Nela Evalina, Handoyo DW, Sari Listyorini, 2012. “*pengaruh citra merek, kualitas produk, harga dan promosi terhadap keputusan pembelian kartu perdana telkomflexi* ”, Diponegoro journal of social and politic, 2012, halaman 1-11
- Riduwan (2004). *Metode dan Teknik Menyusun Thesis* . Cetakan kedua. Alfabeta. Bandung
- Sugiyono, 2007, *Metodologi Penelitian Bisnis*, PT. Gramedia, Jakarta
- Sofiany, Bun Sucento (2013) “*Analisis orientasi berbelanja terhadap tujuan konsumen berbelanja pada situs e-commerce disdus.com*”. (*journal of bussiness strategy and execution*)89-127
- Semuel, Hatane. *Dampak Respon Emosi Terhadap Kecenderungan Perilaku Pembelian Impulsif Konsumen Online dengan Sumberdaya yang Dikeluarkan dan Orientasi Belanja Sebagai Variabel Mediasi, Jurnal Manajemen Kewirausahaan Vol 8 No 2, 101-115*
- Stanton, Wiliam J. 1998. *Prinsip Pemasaran Edisi Ketujuh Jilid 1*. Jakarta: Erlangga
- Sumardy, Marlin Silviana, Melina Melone (2011). *The Power of Word of Mouth Marketing*. Penerbit Gramedia. Jakarta.
- Sernovitz, Andy. 2006. *Word Of Mouth Marketing: How Smart Companies Get People Talking*. Chicago: Kaplan Publishing
- Schiffman & Kanuk. (2004). *Perilaku Konsumen (edisi 7)*. Jakarta : Prentice Hall
- Sarwono, J. Dan Prihartono,K. (2012). *Perdagangan Online: Cara bisnis diInternet* : Elex Media Koputindo
- Suhardi Bambang. 2008. *Perancangan Sistem Kerja dan Ergonomi Industri*. Jilid 2. Jakarta: Direktorat Pembinaan Sekolah Menengah Kejuruan Departement Pendidikan Nasional
- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta Penerbit Universitas Diponegoro
- Tina Martini, “ *:Analisis Pengaruh harga, Kualitas Produk dan desAin terhadap Keputusan Pembelian Kendaraan bermotor merek honda Jenis Skutermatic*” *jurnal penelitian STAIN Kudus, Jawa Tengah, Indonesia* vol 9 no.1 februari 2015