

## DAFTAR KUTIPAN

- [1] Kiang, Melody Y. dan Robert T (New York : McGraw Hill, 2010). “*A Framework for analyzing the potential benefits of internet marketing*”. Dalam *journal of electronic commerce research*, (New York : McGraw Hill, 2010), Vol. 2, No. 4..
- [2] Cronin, Mary, *doing More Business on the Internet. 2nd ed*, ( New York: Van Nostrand Reinhold 2012.) Hal 46.
- [3] Kalakota, Ravi, and Andrew, *Frontiers of Electronic Commerce. Reading*, (MA: Addison-Wesley, 2009), Hal 51
- [4] Hybel, Sandra., Richard L Weaver II. *Communicating Effectively, 8th Edition*. New York : McGraw-Hill, Inc). Hal 34.
- [6] Philip Kotler, dan Garry Armstrong. *Prinsip-prinsip Pemasaran, Jilid 1*. (Jakarta : Erlangga, 2008), Hal 6.
- [7] Rozak, H.A, “*Perancangan Sistem Informasi Pemasaran Berbasis Web Di CV. Mitra Adi*”, AMIKOM YOGYAKARTA, Yogyakarta 2010.
- [8] John C Mowen dan Michale Minor, *Perilaku Konsumen Jilid 1 Edisi Kelima* (terjemahan). (Jakarta : Erlangga, 2002), Hal.6.
- [9] Connolly dan Bannister, *Factors influencing Irish consumers’ trust in internet shopping*, (Irlandia : 2009).
- [10] Kotler, Philip, dan Kevin L Keller, *Manajemen Pemasaran. Edisi tiga belas*. (Jakarta : Erlangga, 2009), Hal. 116
- [11] Djaslim Saladin, *Manajemen Pemasaran Analisis, Perencanaan, Pelaksanaan dan Pengendalian. Edisi Ketiga*. (Bandung : CV. Linda Karya, 2004), Hal. 84.
- [12] Lawan dan Rahmat Zannai, *Departement of marketing, Rahmat polytecnic, Maiduri, (Borno State, Nigeria, International Journal of Basic and Applied Selences)*, Vol 01, No.03, Hal.43-57.
- [13] Usi, Usmara, *Pemikiran Kreatif Pemasaran*. (Yogyakarta : Amara Books, 2008), Hal. 86.
- [14] Hybel, Sandra., Richard L Weaver II. *Communicating Effectively, 8th Edition*. New York : McGraw-Hill, Inc.),Hal 69.

- [15] Bilson Simamora, *Panduan Riset Perilaku Konsumen, Cetakan Ketiga*, (Jakarta : Gramedia Pustaka Utama, 2008), Hal. 125.
- [16] Henri Simamora, *Akuntansi Basis Pengambilan Keputusan Bisnis*, (Jakarta : Salemba Empat, 2002), Hal. 202.
- [17] Subagyo, *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*, (Yogyakarta : STIE YKPN, 1999), Hal. 84.
- [18] Fandi Tjiptono, *Strategi Pemasaran, edisi ketiga*. (Yogyakarta : Andi, 2008), Hal. 97.
- [19] [Http://www.academia.edu/4672844/MANAJEMEN\\_PEMASARAN\\_klp-1](http://www.academia.edu/4672844/MANAJEMEN_PEMASARAN_klp-1), 30Maret 2015.
- [20] [Http://tariles41.blogspot.com/2010/05/pengertian-perilaku-konsumen-html](http://tariles41.blogspot.com/2010/05/pengertian-perilaku-konsumen-html) diakses 30 Maret 2015.
- [21] <http://respositiry.usu.ac.id/bitstream/123456789/24185/Capter%201.pdf>, diakses 30 Maret 2015.

## DAFTAR PUSTAKA

- Kiang, Melody Y. dan Robert T. 2001. A Framework for analyzing the potential benefits of internet marketing”. *journal of electronic commerce research*, Vol. 2, No. 4, 2001
- Nico Budi Widayaya, “*Analisis Pengaruh lingkungan Pemasaran Internet Karakteristik Produk, Kepercayaan, dan Promosi Terhadap Perilaku Pembelian Online Tiket Pesawat Lion*”
- Darmawan Budi Cahyono , “*Pengguna Facebook Sebagai Media Pemasaran Online*”. Jurusan Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya 2012.
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller, 2012. “*Marketing Management*”. Fourteenth Edition. Pearson Education.
- Kotler, P., & Keller, K.L. (2009). *Marketing management. (13thed.)*. New Jersey : Prentice Hall.
- Douglas downing dalam bukunya berjudul “*Computers and bussines taks*” : Barron educational series, New York 2009 )
- Fadmara, I., “*Sistem Informasi Manajemen Pemasaran Berbasis Web Pada CV.IHYAA&CO*”. Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah, Jakarta 2010.
- Rozak, H.A., “*Perancangan Sistem Informasi Pemasaran Berbasis Web Di CV.MITRA ADI*”, AMIKOM YOGYAKARTA, Yogyakarta 2010.
- Cepy Nurmalia Wahyuningtias, “*Pengaruh Pemasaran Via Online Terhadap Keputusan Pembelian Produk*”. Progam Studi Pendidikan Ekonomi Jurusan Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial Fakultas Keguruan Dan Ilmu Pendidikan Universitas JEMBER 2013.

Andreas Limantara ,*“Implementasi Media Pemasaran Online Shop Pada Kaskusc Account”*. Jurusan Ekonomi dan Komunikasi, Universitas Bina Nusantara 2011.

Drs. Paulus L Kritanto, *“Psikolog Pemasaran”*. (Yogyakarta : CAPS,2011)

Dheny Arumsari, *“Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Air Minum Dalam Kemasan”*. Progam Sarjana Fakultas Ekonomi dan bisnis Universitas Diponegoro, 2012.

Hybel, Saundra., Richard L Weaver II. 2006. *Communicating Effectively*, 8th Edition. New York : McGraw-Hill, Inc.

[Http://www.academia.edu/4672844/MANAJEMEN\\_PEMASARAN\\_klp-1](http://www.academia.edu/4672844/MANAJEMEN_PEMASARAN_klp-1),  
30 Maret 2015.

[Http://tariles41.blogspot.com/2010/05/pengertian-perilaku-konsumen-html](http://tariles41.blogspot.com/2010/05/pengertian-perilaku-konsumen-html)  
[diakses 30 Maret 2015.](#)

<http://respositiry.usu.ac.id/bitstream/123456789/24185/Capter%201.pdf>, diakses  
30 Maret 2015.

Kotler, Philip and Kevin Lane Keller, 2012. *Marketing Management*. Fourteenth Edition. Pearson Education.

Lamb, Charles W, Joseph f. Hair, dan Carl Mc Daniel. 2011. *Pemasaran*. Edisi Pertama. Salemba empat. Jakarta