

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, David A. dan Alexander L. Biel. (2009). *Brand Equity and Advertising: Advertising Role in Building Strong Brand*. Lawrence Erlbaum Associates. Inc., Hillsdale.
- Alma, Buchari. (2013). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Anggraeni, Priska Nita. (2011). Pengaruh Citra Merek Terhadap Loyalitas Konsumen dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Mediasi pada Produk VIVA Kosmetik di Kota Surabaya, *Jurnal, Fakultas Bisnis Jurusan Manajemen Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya*.
- Ba, S. dan Pavlou P. A. (2002). *Evidence of the Effect of Trust Building Technology in Electronic Markets: Price Premiums and Buyer Behavior*. *MIS quarterly* Vol. 26 no. 3, pp. 243-268
- Ding, Mao. (2005). *A Study of Consume Trust in Internet Shopping and the Moderating Effect of Risk Averssion in Mainland China*. Hong Kong: Hongkong Baptist University.
- Doney, P.M. and Cannon, J.P. (1997). *An Examination of the Nature of Trust in Buyer-Seller Relationships*. *Journal of Marketing*, 61, 35-51.
- Fatlahah, Aniek. 2013. Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Es Krim Wall's Magnum. *Jurnal Ilmu Manajemen*, Vol. 1, No. 2.
- Ferrinadewi, Erna. (2008). *Merek dan Psikologi Konsumen*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Gefen, D. (2000). *E-commerce: The Role of Familiarity and Trust*. *Omega* 28(5) 725–737.

- Gregg, Dawn G., Steven, Walczak. (2010). *The relationship between website quality, trust and price premiums at online auctions. Electron Commerces*, Vol. 10, pp. 1- 10.
- Intan Suti. (2010). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Promosi Terhadap Pengambilan Keputusan
- Kotler, Amstrong, (2009). (terj. Bob Sabran) Manajemen Pemasaran, Edisi 13. Erlangga
- Kotler, P & Keller, K.L. (2012). *Marketing Management*. 14th Edition. *New Jersey: Prentice Hall Inc.*
- Kotler Philip dkk, (2012), Manajemen Pemasaran Perspektif Asia, Buku Dua, Edisi Pertama, Andy, Yogyakarta
- Lim. Et.al. (2001). *Sustainable Marketing Enterprise In Asia. Prentice Hall*. Singapura.
- Mayer, R. C., Davis, J. H., and Schoorman, F. D. (1995). *An Integrative Model of Organizational Trust. Academy of Management Review*, 20(3), 709-734.
- McKnight, D. H., Choudhury, V., dan Kacmar, C. (2002), *Developing and Validating Trust Measures for E-Commerce: An Integrative Typology. Information Systems Research* 334-359
- Mukherjee, A., dan Nath, P.(2003). *A Model of Trust in Online Relationship Banking. International Journal of Bank Marketing*, Vol. 21, No. 1, Pp. 5-15, 2003.
- Riegelsberger, J., Sasse, M. A., dan McCarthy, J. D. (2003). *The researcher's dilemma: evaluating trust in computer-mediated communication, International Journal of Human-Computer Studies*, 58: 759-781.
- Saladin, Djaslim dan Herry A, Buchory, (2011). Manajemen Pemasaran Bandung, Linda Karya. Diakses pada 5 September 2015. www.library.binus.ac.id.

- Siagian, Hotlan., Cahyono, Hotlan., (2014). *Analisis Website Quality, Trust, dan Loyalty Pelanggan Online Shop*, *Jurnal Manajemen Pemasaran* Vol 8 No 2.
- Sugiyono, Prof.Dr. (2008). *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung : CV Alfabeta
- Sutisna dan Prawita. (2008). *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. Penerbit : *PT. Remaja Rosdakarya*. Bandung.
- Suparyanto, Rosad. (2015). *Manajemen Pemasaran*. Bogor: In Media.
- Swastha, Basu. 2010. *Manajemen Penjualan: Pelaksanaan Penjualan*, BPFY-Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandy. (2008). *Strategi Pemasaran*. Edisi Kedua. Yogyakarta: Andi Offset.
- Wijaya, Mohamad H.P. 2013. *Promosi, Citra Merek, dan Saluran Distribusi Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Terminix Di Kota Manado*. *Jurnal EMBA*, (Desember), Vol. 1, No. 4, 105-114.
- Wiyono, (2011). *Merancang Penelitian Bisnis dengan alat analisis SPSS 17.0 dan SmartPLS 2.0*, Edisi 1. STIM YKPN Yogyakarta
- Yousafzai, S.Y. (2003). *A proposed model of e-trust for Electronic Banking*. *Journal Technovation*, 23(11): 21