



## DAFTAR PUSTAKA

### Sumber Buku:

Aaker, David. (1991). *Managing Brand Equity: Capitalizing on the value of a Brand Name*. New York: The Free Press

Donald, R. Cooper & Pamela S. Schindler. (2017). *Bussines Research Methods*. 12th edition. New York: McGraw-Hill International Edition.

Ghozali, Imam. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Kotler, Philip and Kevin Lane Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Jilid I. Edisi ke 13. Jakarta: Erlangga

Kotler, Philip and Kevin Lane Keller. (2012). *Marketing Management*, Edisi 14. New Jersey: Prentice-Hall Published

Kotler, Philip and Kevin Lane Keller. (2016). *Marketing Management. 15th Edition*. Pearson Education, Inc.

Kotler, Philip dan Gary Armstrong. (2012). *Principles of Marketing, Edisi 14*. New Jersey: Prentice-Hall Published.

Laudon, Kenneth C dan Jane P Laudon. (2014). *Jurnal: Management Information Systems. Managing the Digital Firm, 13<sup>th</sup> Edition*. Prentice Hall. Diakses pada 23 Oktober 2017 melalui [http://dinus.ac.id/repository/docs/ajar/Kenneth\\_C.Laudon,Jane\\_P\\_.Laudon\\_-\\_Management\\_Information\\_Sysrem\\_13th\\_Edition\\_.pdf](http://dinus.ac.id/repository/docs/ajar/Kenneth_C.Laudon,Jane_P_.Laudon_-_Management_Information_Sysrem_13th_Edition_.pdf)

McNally, David and Karl D Speak. (2004). *Be Your Own Brand*. California: BerrettKoehler Publisher, Inc.

Rangkuti, Freddy. (2015). *Riset Pemasaran*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.

Serfiani, Cita Yustisia, Purnomo Serfianto D, Iswi Hariyani. (2013). *Buku Pintar Bisnis Online dan Transaksi Elektronik*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.

Simamora, Bilson. (2002). *Panduan Riset Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.

Simamora, Bilson. (2003). *Membongkar Kotak Hitam*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.

Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&B*. Bandung: Alfabeta.

Sujarweni, V Wiratna. (2016). *Kupas Tuntas Penelitian Akuntansi dengan SPSS*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.



**Sumber Skripsi/ Jurnal:**

1. Adiwidjaja, Adrian dan Zeplin Jiwa Husada Taringan. (2017). Jurnal: *Pengaruh Brand Image dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Converse*. Jurnal AGORA, 5(3). Diakses pada 23 Oktober 2017 melalui file:///C:/Users/Lenovo/Downloads/6568-23466-2-PB.pdf.
- Ahmed, Zohaib. (2014). *Effect of Brand Trust and Customer Satisfaction on Brand Loyalty in Bahawalpur*. Journal of Sociologica, Research, 5(1). Diakses pada 23 Oktober 2017 melalui file:///C:/Users/Lenovo/Downloads/ 6568-23466-2-PB.pdf.
- Akbar Andi Ramadhani dan Mahardika Harryadin. (2013). Skripsi: *Pengaruh Brand Alliance terhadap Brand Equity, Brand Preference, dan Purchase Intention pada Industri Laptop*. Universitas Indonesia. Diakses pada 8 November 2017 melalui <http://lib.ui.ac.id/naskahringkas/2016-04/S46975-Andi%20Ramadhani%20Akbar>.
- Ardhanari, Margaretha. (2008). Jurnal: *Customer Satisfication Action Pengaruhnya terhadap Brand Preference dan Intention Private*. Jurnal Riset Ekonomi dan Bisnis Vol .8 No. 2. Diakses pada 22 Oktober 2017 melalui file:///E:/Lenovo/TUGAS%20KULIAH/skripsi/REFERENSI%20 DATA /JURNAL/ definisi%20brand%20preference%20Ardhanari.pdf.
- Corbitt, Brian J et al. (2003). *Trust and E-Commerce: A Study Of Consumer Perceptions*. Electronic Commerce Research and Applications 2: 203-215. Diakses pada 3 Februari 2018 melalui <https://pdfs.semanticscholar.org/02b8/e4de84e889b378b60983823d117068975ede.pdf>.
- De Chernatony, Leslie (1999). Jurnal: *Brand Management through Narrowing The Gap Between Brand Identity and Brand Reputation*. Journal of Marketing Management. 1-3, 157-159. Diakses pada 8 November 2017 melalui <http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1362/026725799784870432>.
- Deheshti, Mohammad, Javad Adabi Firouzjah, dan Hossein Alimohammadi. (2016). Jurnal: *The Relationship between Brand Image and Brand Trust in Sporting Goods Consumers*. Annals of Applied Sport Science 4, (3): 27-3. Diakses pada 20 Oktober 2017 melalui <https://aassjournal.com/article-1-346-en.pdf>.
- Delgado, E dan Jose Luis Munuera. (2001). Jurnal: *Brand Trust in the Context of Customer Loyalty*. European Journal of Marketing, 35, 11/12. Diakses pada 29 November 2017 melalui <http://www.emeraldinsight.com/doi/abs/10.1108/10610421011059577>.
- Delgado, E dan Jose Luis Munuera. (2005). *Does Brand Trust Matter to Brand Equity*. Journal of Product and Brand Management, Vol. 14 No. 3, pp. 187-196. Emerald Group Publishing Limited. Diakses pada 21 Oktober 2017 melalui <http://www.emeraldinsight.com/doi/pdfplus/10.1108/10610420510601058>.

2. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:  
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.  
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.  
 2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Dewi, Chintya. (2009). Skripsi: *Analisis Pengaruh Brand Image terhadap Brand Trust serta Dampaknya Terhadap Brand Loyalty Kartu Provider, Esia di Wilayah Tangerang*. Diakses pada 29 November 2017 melalui [http://library.binus.ac.id/Collections/ethesis\\_detail.aspx?ethesisid=2009-100332-MN](http://library.binus.ac.id/Collections/ethesis_detail.aspx?ethesisid=2009-100332-MN).

Diaswari, Resti Yusfi. (2015). Skripsi: *Pengaruh Brand Image dan Word Of Mouth terhadap Brand Preference dalam Meningkatkan Loyalitas Konsumen Brownies Amanda pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sumatera Utara*. Universitas Sumatra Utara. Diakses pada 29 November 2017 melalui <https://id.123dok.com//document/lq5wpgq4-pengaruh-brand-image-dan-word-of-mouth-terhadap-brand-preference-dalam-meningkatkan-loyalitas-konsumen-brownies-amanda-pada-mahasiswa-program-studi-manajemen-fakultas-ekonomi-dan-bisnis-universitas-sumatera-utara.html>.

Djiantoro, Priscilla dan Marcella Claudia. (2016). Jurnal: *Analisa Kepercayaan Konsumen Terhadap Merek Restoran Carl's JR. Surabaya*. Surabaya: Universitas Kristen Petra. Diakses pada 29 November 2017 melalui <http://puslit2.petra.ac.id/ejournal/index.php/index/index>.

Edris, Mochamad. (2009). Skripsi: *Pengaruh Kepercayaan Merek terhadap Loyalitas Merek (Studi Kasus pada Deterjen Merek Rinso di Kabupaten Kudus*. Jurnal Analisis Manajemen, ISSN: 1979 – 6889. Fakultas Ekonomi Universitas Muria Kudus. Diakses pada 20 Oktober 2017 melalui [https://mafiadoc.com/queue/pengaruh-kepercayaan-merek-terhadap-loyalitas-\\_5a1d18f91723dd3d10d559ea.html](https://mafiadoc.com/queue/pengaruh-kepercayaan-merek-terhadap-loyalitas-_5a1d18f91723dd3d10d559ea.html).

Faircloth, James B. (2005). Jurnal: *Factors Influencing Nonprofit Resource Provider Support Decisions*. Journal of Marketing Theory and Practice. ABI/INFORM Global pg. 1. Diakses pada 29 November 2017 melalui [http://vsantos2.pbworks.com/f/santos\\_praxis+article\\_faircloth.pdf](http://vsantos2.pbworks.com/f/santos_praxis+article_faircloth.pdf)

Fongana, Andreas. (2009). Jurnal: *Pengaruh Brand Prefence Terhadap Repeat Purchase pada Produk Shampo Anti Ketombe Clear For Man di Surabaya*. Jurnal Manajemen Pemasaran Petra Vol. 2, No. 1, (2014) 1-11. Surabaya: Universitas Petra. Diakses pada 8 November 2017 melalui [http://dewey.petra.ac.id/catalog/ft\\_detail.php?knokat=21648](http://dewey.petra.ac.id/catalog/ft_detail.php?knokat=21648).

Gecti, Fatih and Hayrettin Zengin. (2013). Jurnal: *The Relationship between Brand Trust, Brand Affect, Attitudinal Loyalty and Behavioral Loyalty: A Field Study towards Sports Shoe Consumers in Turkey*. International Journal of Marketing Studies, 5(2): 111-119. Canadian Center of Science and Education. Diakses pada 21 Oktober 2017 melalui <https://pdfs.semanticscholar.org/5c4a/21552c5409a6bbc8c45ea80e4a103717b211.pdf>.

Goentomo, Yoseph Reynaldi. (2017). Skripsi: *Pengaruh Price Discount dan Persepsi Kualitas Produk Pakaian Terhadap Minat Belanja (Shopping Intention) Pakaian di Mall Golden Truly Jakarta*. Jakarta: Kwik Kian Gie School of Business.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBKKG.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang



Haerulah, Edi dan Sri Ismiyatih. (2017). Jurnal: *Aplikasi E-Commerce Penjualan Souvenir Pernikahan Pada Toko "XYZ"*. Jurnal Prosisko, 4 (1). Diakses pada 23 Oktober 2017 melalui, file:///C:/Users/Lenovo/Downloads/146-368-1-PB.pdf.

Halim Beatrice C, Diah Dharmayanti dan Ritzky Brahmana. (2014). Jurnal: *Pengaruh Brand Identity Terhadap Timbulnya Brand Preference dan Repurchase Intention Pada Merek Toyota*. Jurnal Manajemen Pemasaran, 2(1): 1-11. Diakses 25 Oktober 2017 melalui <https://media.neliti.com/media/publications/132415-ID-none.pdf>.

Handayani, SB dan Ida Martini. (2015). Jurnal: *Pengaruh Brand Image Terhadap Brand Loyalty Brand Trust sebagai Variabel Mediasi (Studi Empiris pada Pemakai Motor Matic Merek Yamaha di Kota Semarang)*. Jurnal Pemasaran. Diakses pada 6 Desember melalui <https://www.scribd.com/document/365254914/Jurnal-Pemasaran>.

Hidayati, Tri Asih & Dahlan Fanani. (2013). Jurnal: *Pengaruh Citra Merek terhadap Minat Beli dan Keputusan Pembelian Konsumen (Survey pada Mahasiswa Ma'had Sunan Ampel Al-Aly UIN Malang Tahun Angkatan 2012/2013 yang Mengkonsumsi Mie Instan Merek Indomie)*. Jurnal Administrasi Bisnis (JAB) Vol. 2 No. 1. Fakultas Ilmu Administrasi Malang. Diakses pada 20 Februari 2018 melalui <http://administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id/index.php/jab/article/view/85/1651>

Hsieh, Ming Huei dan Rudy Setiono. (2004). Jurnal: *Product-, Corporate-, and Country-Image Dimensions and Purchase Behavior: A Multicountry Analysis*. Journal of the Academy of Marketing Science. Volume 32, No. 3, pages 251-270. Diakses pada 8 November 2017 melalui <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.197.9750&rep=rep1&type=pdf>.

K. Philip, Hellier, Gus M., Geursen, Rodney A., Carr, John A. Rickard. (2003). Jurnal: *Customer repurchase intention: A general structural equation model*. European Journal of Marketing, Vol. 37 Issue: 11/12, pp.1762-1800. Diakses pada 21 Oktober 2017 melalui <https://doi.org/10.1108/03090560310495456>.

Khoza, Kevin dan Lily Harjati. (2012). Jurnal: *Analisis Brand Trust dan Brand Royalty Konsumen Garuda Indonesia*. Jurnal Ekonomi. Institut Bisnis dan Informatika Indonesia. Diakses 24 Oktober 2017 melalui <http://e-journal.jurwidyakop3.com/index.php/majalah-ilmiah/article/view/29/23>.

Lau Geok Theng dan Sook Han Lee, (1999). Jurnal: *Consumers' Trust in a Brand and the Link to Brand Loyalty*. Journal of Market Focused Management. Diakses pada 13 Febuari 2018 melalui <http://cmaps.cmappers.net/rid=1K0GXW9DN24VWNVBMQJ/Lau%26Lee%20%281999%29.pdf>.

Ling, Kwek Choon, Lau Tek Chan, dan Tan Hoi Piew. (2010). Jurnal: *The Effects of Shopping Orientations, Online Trust and Prior Online Purchase Experience Toward Customers Online Purchase Intention*. International Business Research, Vol. 3, No. 3, pp. 63-76. Diakses pada 8 November 2017 melalui <https://pdfs.semanticscholar.org/>

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang  
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber.  
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.  
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



35a9/b517eef0c326a6e486c38653be685cbb6\_b3f.pdf?\_ga=2.257711113.34558307.1518415704-1349628788.1518415704.

Lolowang, Anggreiny dan Peggy Adeline. (2014). Jurnal: *The Impact Of Brand Trust and Brand Affect on Brand Loyalty at Pond's Skin Care Manado*. Jurnal EMBA, 2(1):142-149. Diakses pada 20 Oktober 2017 melalui <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/3575>.

Martenson, Rita. (2007). *Corporate brand image and store loyalty: a study of the store as a brands and manufacture brands*. International Journal of Retail & Distribution Management, 35, 544-555. Diakses pada 29 November 2017 melalui <http://www.emeraldinsight.com/doi/full/10.1108/09590550710755921>.

Mohan Raj, P. (2016). Jurnal: *Brand Preferences of Newspapers-Factor Analysis Approach*. Research Journal of Economics and Business Studies, 5(11). Diakses pada 8 November 2017 melalui [https://mafiadoc.com/brand-preferences-of-newspapers-factor-analysis-approach-p-mohan-\\_59b9611a1723dddac6d88ffc.html](https://mafiadoc.com/brand-preferences-of-newspapers-factor-analysis-approach-p-mohan-_59b9611a1723dddac6d88ffc.html).

Nurrahmanto, Agus Prasetyo. (2015). Skripsi: *Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kenikmatan Berbelanja, Pengalaman Berbelanja dan Kepercayaan Konsumen terhadap Minat Beli Konsumen di Situs Jual Beli Online Buka Lapak.Com*. Semarang: Universitas Diponegoro. Diakses pada 8 November 2017 melalui [http://eprints.undip.ac.id/45651/1/14\\_NURRAHMANTO.pdf](http://eprints.undip.ac.id/45651/1/14_NURRAHMANTO.pdf).

Putri, Febby Dwirahmi. (2016). Skripsi: *Pengaruh Harga, Perceived Quality dan Trust terhadap Brand Preferences pada Produk Kosmetik Wardah di Kota Payakumbuh*. Diakses pada 29 November 2017 melalui <http://scholar.unand.ac.id/11996/1/Abstrak.pdf>.

Purba, Surya Dharma. (2014). Skripsi: *Kejenuhan Belajar Mahasiswa Kerjasama Kabupaten Landak Dan Penyelesaian Tugas Akhir Universitas Pendidikan Indonesia*. Universitas Pendidikan Indonesia. Diakses pada 23 Februari melalui [http://repository.upi.edu/12297/6/S\\_TM\\_0707343\\_Chapter3.pdf](http://repository.upi.edu/12297/6/S_TM_0707343_Chapter3.pdf)

Rahmawati, Siti Annisa. (2013). Skripsi: *Antecedent Keputusan Pembelian Online (Studi Kasus Online Purchasing)*. Universitas Diponegoro. Diakses pada 8 November 2017 melalui <http://eprints.undip.ac.id/39968/1/RAHMAWATI.pdf>.

Revanto, Reza Agung. (2016). Skripsi: *Pengaruh Persepsi Konsumen tentang Brand Communication terhadap Brand Trust pada Brand Smartfren di Kota Surabaya*. Brawijaya University. Diakses pada 25 Oktober 2017 melalui [https://www.researchgate.net/profile/Reza\\_Revanto/publication/309563204](https://www.researchgate.net/profile/Reza_Revanto/publication/309563204)

Rizan, Mohammad, Basrah Saidani, dan Yusiana Sari. (2012). Jurnal: *Pengaruh Brand Image dan Brand Trust Terhadap Brand Loyalty Teh Botol Sosro*. Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia, 3(1). Diakses pada 23 Oktober 2017 melalui <http://journal.unj.ac.id/unj/index.php/jrmsi/article/view/772/681.23>.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© 2018 Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Sääksjärvi, M dan Saeed Samiee. (2011). Jurnal: *Relationship among Brand Identity and Brand Preference: Differences between Cyber and Extension Retail Brands over Time*. Elsevier. *Journal of Interactive Marketing Journal* 25: 169–177. Diakses pada 29 November 2017 melalui <file:///E:/Lenovo/TUGAS%20KULIAH/skripsi/REFERENSI%20DATA/JURNAL/penelitian%20terdahulu%20Maria%20Saaksjarvi%202011.pdf>.

Sari, Niken P. dan Retno Widowati. (2014). Jurnal: *Hubungan Antara Kesadaran Merek, Kualitas Persepsian, Kepercayaan Merek dan Minat Beli Produk Hijau*. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 5(1): 60-79. Diakses pada 10 Oktober 2017. Melalui <http://journal.umy.ac.id/index.php/mb/article/view/629/783>.

Sekarhati, Galuh Paramita. (2013). Skripsi: *Analisis Pengaruh Iklan terhadap Brand Image Deterjen Surf pada Pemirsa Televisi di Surabaya*. Universitas Airlangga. Diakses pada 14 Februari 2018 melalui <http://repository.unair.ac.id/47031/>.

Srinivasan, S, S, Rolph Anderson, Kishore Ponnnavolu. (2002). Jurnal: *Customer Loyalty in E-Commerce: An Exploration Of Its Antecedents and Consequences*. *Journal of Retailing* 78: 41–50. Diakses pada 3 Febuari 2018 melalui <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.470.7684&rep=rep1&type=pdf>.

Shah, Syed Saad Hussain et al. (2011). Jurnal: *The Impact on Brands on Consumer Purchase Intentions*. *Asian Journal of Business Management*, Vol. 4 No: 2. Pakistan: Iqra University, Islamabad Camus. Diakses pada 25 Oktober 2017 melalui <https://pdfs.semanticscholar.org/a1e3/6a36b80e7ef78e2318547784675b44b8656a.pdf>.

Tampubolon, Natalia Putri dan Sumiyarto. (2014). Skripsi: *Pengaruh Brand Identity, Brand Image, dan Internet Use Terhadap Brand Preference pada Merek Online dan Merek Offline*. Universitas Indonesia. Diakses pada 29 November 2017 melalui <http://lontar.ui.ac.id/naskahringkas/2015-09/S54412-natalia%20putri%20tampubolon>.

Widiyanto, Ibnu dan Sri Lestari Prasilowati. (2015). Jurnal: *Perilaku Pembelian Melalui Internet*. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, Vol. 17, No. 2, 109–112. Diakses pada 8 November 2017 melalui [file:///C:/Users/Lenovo/Downloads/JURNAL%20A\\_PERILAKU%20PEMBELIAN%20MELALUI%20INTERNET%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/Lenovo/Downloads/JURNAL%20A_PERILAKU%20PEMBELIAN%20MELALUI%20INTERNET%20(1).pdf).

Wijaya, Bambang Sukma. (2013). Jurnal: *Dimensions of Brand Image: A Conceptual Review from the Perspective of Brand Communication*. *European Journal of Business and Management*, 5(31):55-65. Diakses pada 23 Oktober 2017 melalui <https://komunikasiana.wordpress.com/2013/11/12/dimensi-dimensi-brand-image-published-avantgarde-journal-of-communication-vol-1no-2-2013/>.

Yuanita, Brenda. (2017). Skripsi: *Pengaruh Citra Merek, Persepsi Harga, Kualitas Produk, dan Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian Smartphone OPPO ( Studi pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Yogyakarta)*. Yogyakarta: Universitas Muhammadiyah. Diakses pada 20 Februari 2017 melalui <http://repository.umy.ac.id>

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang  
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:  
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.  
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBLIKKG.  
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBLIKKG.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang  
 Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:  
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan,  
 penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.  
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBKKG.  
 2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun  
 tanpa izin IBKKG.

/bitstream/handle/123456789/16066/k.%20Naskah%20Publikasi.pdf?sequence=11&isAllowed=y.

**Sumber Internet:**

Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia. (2016). *Penetrasi dan Perilaku Pengguna Internet Indonesia 2016*. Diakses pada 10 Oktober 2017 melalui <https://apji.or.id/content/read/39/264/Survei-Internet-APJII-2016>.

Adstensity. (2017). *Kaskus vs OLX vs Tokopedia*. Diakses pada 10 Oktober 2017 melalui <http://www.adstensity.com/service/compare>.

Alexa. (2017). *Alexa Traffic Ranks*. Diakses pada 11 Oktober 2017 melalui <https://www.alexa.com/siteinfo/olx.co.id#?sites>.

Arwanda, Dicky. (2012). *Buat yang Tidak Tau Cara Melakukan Transaksi REKBER*. Diakses pada 4 Februari 2018 melalui <https://fjb.kaskus.co.id/product/50d3a1a7e574b4cd7a000000/buat- yang-tidak-tau-cara-melakukan-transaksi-rekber/>.

Kaskus Official. (2015). *Kaskus Punya Logo Baru Gan!*. Diakses pada 13 Februari 2018 melalui <https://www.kaskus.co.id/thread/54e e9 fdc32e2e6aa7d8b4570>.

Kaskus. (2018). *Tampilan Halaman Utama Kaskus Jual Beli*. Diakses pada 9 Januari 2018 melalui [https://fjb.kaskus.co.id/#\\_ga=2.173476067.1122734638.1518533644-357497820.1504751207](https://fjb.kaskus.co.id/#_ga=2.173476067.1122734638.1518533644-357497820.1504751207).

Maulana, Aqmal. (2016). *Utamakan COD, OLX Enggan Pakai Rekening Bersama*. Diakses pada 9 Januari 2017 melalui <https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20160126125326185-106738 /utamakan-cod-olx-enggan-pakai-rekening-bersama>.

Nielsen. (2017). *Indonesia Ocean of Opportunities; Overcoming Dead Wind and Riptide*. Diakses dengan izin pada 10 Oktober 2017.

OLX. (2018). *Tampilan Halaman Utama OLX*. Diakses pada 9 Januari 2018 melalui <https://www.olx.co.id/>.

SimilarWeb. (2017). *Traffic and Engagement*. Diakses pada 10 Oktober 2017 melalui <https://pro.similarweb.com/#/website/traffic-overview/tokopedia.com,kaskus.coid,olx.pl/#/999/3m?category=no-category>.

Safitri, Inge Klara. (2016). *Polisi Tangkap Penipu di Forum Jual-Beli Kaskus*. Diakses pada 17 Oktober 2017 melalui <https://metro.tempo.co/read/733128/polisi-tangkap-penipu-di-forum-jual-beli-kaskus>.

Simamora, Bilson. (2017). *Regresi Linier Ganda*. Sebuah Konten pada Situs Bilson Simamora Learning Center. Diakses pada 10 Desember 2017 melalui <http://www.bilsonsimamora.com/?s=regresi+linier>.



Simamora, Bilson. (2017). *Uji Multikolinearitas*. Sebuah Konten pada Situs Bilson Simamora Learning Center. Diakses pada 10 Desember 2017 melalui <http://www.bilsonsiamamora.com/?s=uji+multikolinearitas>.

Simamora, Bilson. (2017). *Uji Normalitas*. Sebuah Konten pada Situs Bilson Simamora Learning Center Diakses pada 10 Desember 2017 melalui <http://www.bilsonsiamamora.com/?s=uji+normalitas>.

Wikipedia. (2018). *Kaskus*. Diakses pada 10 Febuari 2018 melalui <https://en.wikipedia.org/wiki/Kaskus>.

Wikipedia. (2018). *OLX*. Diakses pada 10 Febuari 2018 melalui <https://en.wikipedia.org/wiki/OLX>.

Wikipedia. (2018). *Tokopedia*. Diakses pada 10 Febuari 2018 melalui <https://en.wikipedia.org/wiki/Tokopedia>