# DAFTAR PUSTAKA

**Sumber Buku :**

Aaker, David. A. 1996. Building Strong Brands. New York: The Free Press.

Durianto, D., & Sugiarto, T. S. (2001). Strategi menaklukkan pasar melalui riset ekuitas dan perilaku merek. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

Ghozali, I. (2016). Aplikasi dan Analisis Multivariate dengan proses SPSS. Semarang: Universitas Diponegoro.

Griffin, J. (2007). Customer loyalty. Jakarta: Erlangga.

J. Supranto dan Nandan Lima Krisna. (2007). Perilaku Konsumen. Mitra Wacana Media, Jakarta.

Keller, K. (2013). *Strategic brand management: Global edition*. Pearson Higher Ed.

Kertajaya, Hermawan. (2010). Connect! Surifung new Wave Era Marketing. Jakarta : Gramedia Pustaka Utama

Kotler, P. (2015). Marketing Management+ Mymarketinglab with Pearson Etext Access Card. Prentice Hall.

Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). Principles of marketing 14th edition. New Jearsey: Pearson Education Inc.

Kotler, P., & Armstrong, G. (2013). Principles of Marketing (16th Global Edition).

Kotler, Philip & Keller. 2009. Manajemen Pemasaran. Terjemahan Bob Sabran. Edisi ke 13. Jilid 1. Jakarta : Erlangga.

Kumar, V. (2008). Managing customers for profit: Strategies to increase profits and build loyalty. Prentice Hall Professional.

Laudon, K. C., & Laudon, J. P. (2014). Management Information Systems: Managing the Digital Firm. Essex. *England: Pearson Education Limited*.

Noor, J. (2014). Analisis Data Penelitian Ekonomi & Manajemen. Jakarta: PT. Grasindo.

Santoso, S. (2012). Aplikasi SPSS pada statistik parametrik. *Jakarta: PT Elex Media Komputindo*.

Serfiani, C. Y., Purnomo, S. D., & Hariyani, I. (2013). Buku pintar bisnis online dan transaksi elektronik. *Penerbit PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta*.

Surachman. 2008. Dasar-Dasar Manajemen Merek. Malang: Bayumedia Publishing.

Tjiptono, Fandy dan Chandra Gregorius. 2008. Pemasaran Jasa. Malang: Bayu Media Publishing.

Tjiptono, Fandy dan Chandra Gregorius. 2011. Strategi Pemasaran. Yogyakarta: Andi.

**Sumber Jurnal :**

Haerulah, E., & Ismiyatih, S. (2017). Aplikasi E-Commerce Penjualan Souvenir Pernikahan Pada Toko “XYZ”. *PROSISKO: Jurnal Pengembangan Riset dan Observasi Sistem Komputer*, *4*(1).

Kustini, N. I. (2011). Experiential marketing, emotional branding, and brand trust and their effect on loyalty on honda motorcycle product. Journal of Economics, Business & Accountancy Ventura (JEBAV), 14(1).

Lau, G. T. and Lee, S. H. 1999. “Consumers’ Trust in a Brand and the Link to Brand Loyalty,” Journal of Market Focused Management, 4:341-370.

Morgan, R. M., & Hunt, S. D. (1994). The commitment-trust theory of relationship marketing. Journal of marketing, 58(3), 20-38.

Rizan, M., Saidani, B., & Sari, Y. (2012). Pengaruh Brand Image Dan Brand Trust Terhadap Brand Loyalty Teh Botol Sosro Survei Konsumen Teh Botol Sosro Di Food Court Itc Cempaka Mas, Jakarta Timur. JRMSI-Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia, 3(1), 1-17.

Saputri, M. E., & Pranata, T. R. (2014). Pengaruh brand image terhadap kesetiaan pengguna smartphone iphone. Jurnal sosioteknologi, 13(3), 193-201.

Semuel, H., & Lianto, A. S. (2014). Analisis ewom, brand image, brand trust dan minat beli produk smartphone di Surabaya. Jurnal manajemen pemasaran, 8(2), 7-54.

**Sumber Website :**

Blogspot. (2018). *Studi Kasus Toko Onlline Shopee.* Diakses pada 19 Maret 2019 melalui <http://gmanagement2016.blogspot.com/2018/06/studi-kasus-toko-online-shopee.html>

Core. (2019). *Regresi Liniear*. Diakses pada 12 Agustus 2019 melalui https://core.ac.uk/download/pdf/2548

Dailysocial. (2019). *APJII Survei Internet Indonesia 2017.* Diakses pada 6 Maret 2019 melalui https://dailysocial.id/post/apjii-survei-internet-indonesia-2017

Dailysocial. (2019). *Mengungkap Layanan E-commerce Terpopuler di Indonesia..* Diakses pada 6 Maret 2019 melalui <https://dailysocial.id/post/mengungkap-layanan-e-commerce-terpopuler-di-indonesia>

Giddens, Nancy & Hofmann, Amanda. 2002. Brand Loyalty. (online) http:// www.extension.iastate.edu/agdm/ wholefarm. diakses 11 Februari 2005

Hinet. (2019). *Keunikan Belanja di Shopee Dibanding yang Lain.* Diakses pada 19 Maret 2019 melalui<https://www.hinet.co.id/keunikan-belanja-di-shopee-dibanding-yang-lain/>

Kominfo. (2019). *Pengguna Internet Indonersia Nomor Enam Dunia.* Diakses pada 6 Maret 2019 melalui <https://www.kominfo.go.id/content/detail/4286/pengguna-internet-indonesia-nomor-enam-dunia/0/sorotan_media>

Repository. (2019). *Pembahasan Regresi Liniear.*  Diakses pada 12 Agustus 2019 melalui http://repository.umy.ac.id/bitstream/handle/123456789/8287/bab%20v.pdf?sequence=6&isAllowed=y

Sipitek. (2019). *Cara Belanja di Shopee.* Diakses pada 19 Maret 2019 melalui<https://www.sipitek.com/cara-belanja-di-shopee/>

Wijaya, Mohamad H, P. 2013. Promosi, Citra Merek, dan Saluran Distribusi Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Terminix Di Kota Manado. Journal EMBA, Vol. 1, No. 4 (2013), ISSN 2303-1174 Universitas Sam Ratulangi. Manado. Diakses Maret, 05, 2015. Hal.105-114. http://portalgaruda.org/?ref=browse&mod=viewarticle&article=1090