



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

Daftar Pustaka

- Adityo, S. (2010, Februari 17). *Perusahaan Retail Sebagai Media Informasi Efisiensi Ketepatan, Kecepatan, dan Keamanan dalam Pencatatan Data Produk*. Diambil kembali dari <http://suryoadityo.blogspot.co.id/2010/02/manajemen-strategi-untuk-pemasaran.html>
- Akbar, R. J. (2018, Januari 29). *Kisah IKEA Sukses Ubah Pola Belanja Perabot Warga Dunia*. Diambil kembali dari <https://www.viva.co.id/berita/bisnis/1001498-kisah-ikea-sukses-ubah-pola-belanja-perabot-warga-dunia>
- Alexander, H. B. (2015, Oktober 15). *Setahun Beroperasi di Indonesia, IKEA Dikunjungi 2,5 Juta Orang*. Diambil kembali dari <https://properti.kompas.com/read/2015/10/15/190000221/Setahun.Beroperasi.di.Indonesia.IKEA.Dikunjungi.2.5.Juta.Orang>
- Anonymous. (2015, Maret 30). *Bagaimana Perilaku Konsumen dalam Membeli Produk Online?* Diambil kembali dari <https://digitalmarketer.id/mindset/bagaimana-perilaku-konsumen-dalam-membeli-produk-online/>
- Anonymous. (2018, Januari 16). *Fasilitas dan Layanan IKEA Alam Sutera*. Diambil kembali dari <https://serpongku.com/ikea-alam-sutera/>
- Anonymous. (2017, Februari). *Pengertian Bisnis Ritel*. Diambil kembali dari <http://iklim-bisnis-invest.blogspot.co.id/2017/02/pengertian-bisnis-ritel.html#>
- Baqiroh, N. F. (2018, Februari 22). *Sektor Ritel Diproyeksi Tumbuh Moderat Tahun Ini*. Diambil kembali dari <http://industri.bisnis.com/read/20180222/12/741684/sektor-ritel-diproyeksi-tumbuh-moderat-tahun-ini>
- Bart, Y., Shankar, V., Sultan, F., & Urban, G. L. (2005). Are the Drivers and Role of Online Trust the Same for All Web Sites and Consumers? A Large-Scale Exploratory Empirical Study. *Journal of Marketing* , 137.
- Berman, B. a. (2010). *Retail Management : A Strategic Approach*. Pearson Education, Inc.,.
- Cahyani, D. R. (2017, Desember 26). *Kaleidoskop 2017, Masa Suram Bisnis Retail*. Diambil kembali dari <https://bisnis.tempo.co/read/1045080/kaleidoskop-2017-masa-suram-bisnis-retail>

Chang, H. H., & Chen, S. W. (2008). The impact of online store environment cues on purchase intention. *Online Information Review* , 824.

Dahwilani, D. M. (2015, Mei 22). *IKEA Nilai Pasar Indonesia Menggiurkan*. Diambil kembali dari <https://ekbis.sindonews.com/read/1004302/34/ikea-nilai-pasar-indonesia-menggiurkan-1432306652>

Dinisari, M. C. (2017, Oktober 12). *Masuki Tahun Ketiga, Pengunjung Ikea Indonesia Capai 7,9 Juta Orang*. Diambil kembali dari <http://industri.bisnis.com/read/20171012/12/698589/masuki-tahun-ketiga-pengunjung-ikea-indonesia-capai-79-juta-orang>

Do-Hyung Park, S.-P. J. (2017). *Visualization of brand positioning based on consumer web search information: using social network analysis*. *Internet Research*.

Eastlick, M. A., & Lotz, S. (2014). Cognitive and institutional predictors of initial trust toward an online retailer. *International Journal of Retail & Distribution Management* .

Farmita, A. R. (2017, Oktober 10). *IKEA: Banyak yang Lihat ke Toko, Belinya via Online*. Diambil kembali dari <https://bisnis.tempo.co/read/1023597/ikea-banyak-yang-lihat-ke-toko-belinya-via-online>

Febrina, N. (2017, Mei 4). *Manajemen Perdagangan Ritel*. Diambil kembali dari <http://nadyafebrinatugas.blogspot.co.id/2017/05/manajemen-perdagangan-ritel.html>

Ferandy, M. (2016, Juni 17). *Sejarah IKEA: Perusahaan yang Merevolusi Industri Furnitur*. Diambil kembali dari <https://satujam.com/sejarah-ikea/>

Friend, L. A., Costley, C. L., & Brown, C. (2010). Spirals of distrust vs spirals of trust in retail customer service: consumers as victims or allies. *Journal of Services Marketing* , 458.

Gideon, A. (2018, Februari 21). *Bisnis Walmart Tersandung Toko Online*. Diambil kembali dari <https://www.liputan6.com/bisnis/read/3307301/bisnis-walmart-tersandung-toko-online>

Goode, M. M., & Harris, L. C. (2007). Online behavioural intentions: an empirical investigation of antecedents and moderators. *European Journal of Marketing* .

Hahn, K. H., & Kim, J. (2009). The effect of offline brand trust and perceived internet confidence on online shopping intention in the integrated multi-channel context. *International Journal of Retail & Distribution Management* .

Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2010). *Multivariate Data Analysis*.

Harry. (2017, Maret 23). *IKEA Utamakan Kualitas Produk Dengan Menggunakan Kayu Dari Hutan Yang Berkelanjutan*. Diambil kembali dari <http://jakartakita.com/2017/03/23/ikea-utamakan-kualitas-produk-dengan-menggunakan-kayu-dari-hutan-yang-berkelanjutan/>

Hartomo, G. (2018, Januari 24). *Pengusaha Prediksi Sektor Ritel Bisa Tumbuh 2,5% Tahun Ini*. Diambil kembali dari <https://economy.okezone.com/read/2018/01/24/320/1849797/pengusaha-prediksi-sektor-ritel-bisa-tumbuh-2-5-tahun-ini>

Hong, I. B., & Cho, H. (2011). The impact of consumer trust on attitudinal loyalty and purchase intentions in B2C e-marketplaces: Intermediary trust vs. seller trust. *International Journal of Information Management* , 472.

Hsu, C. L., Chang, K. C., & Chen, M. C. (2011). Flow Experience and Internet Shopping Behavior: Investigating the Moderating Effect of Consumer Characteristics. *Systems Research and Behavioral Science* , 322.

Ikea. (2018). Diambil kembali dari https://www.ikea.com/ms/in_ID/this-is-ikea/about-the-ikea-group/index.html

Jakfam. (2016, November 18). *Mencari Perlengkapan Rumah Tangga di IKEA Alam Sutera*. Diambil kembali dari <https://www.jakartafamilia.com/mencari-perengkapan-rumah-tangga-di-ikea-alam-sutera/>

Jansson-Boyd, C. (2018, Februari 28). *Mengapa kita gandrung merakit perabot dan menyusuri toko Ikea?* Diambil kembali dari <https://www.bbc.com/indonesia/vert-cap-42941984>

Kantsperger, R., & Kunz, W. H. (2015). Consumer trust in service companies: a multiple mediating analysis. *Managing Service Quality: An International Journal* , 5.

Kartika, H. (2018, Febuari 22). *Gerai Mitra 10 berjumlah puluhan*. Diambil kembali dari <https://industri.kontan.co.id/news/gerai-mitra-10-berjumlah-puluhan>

Kim, D. J., Ferrin, D. L., & Rao, H. R. (2007). A trust-based consumer decision-making model in electronic commerce: The role of trust, perceived risk, and their antecedents. *Decision Support System* , 549.

- Kim, J., & Park, J. (2005). A consumer shopping channel extension model: attitude shift toward the online store. *Journal of Fashion Marketing and Management* , 111.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). *Principles of Marketing*. Pearson Education Limited.
- Kusmanto, F. (2015, Juni 26). *Apa Itu IKEA? Kok Ramai Terus Ya?* Diambil kembali dari <https://www.kompasiana.com/felixkusmanto/55007322813311491afa7846/apa-itu-ikea-kok-ramai-terus-ya>
- Lawi, G. F. (2018, Maret 9). *Mitra10 dan Capillary Rilis Program Kecerdasan Buatan*. Diambil kembali dari <http://properti.bisnis.com/read/20180309/276/748099/mitra10-dan-capillary-technologies-luncurkan-program-kecerdasan-buatan>
- Lestari, D. (2016, Januari 18). *Walmart Tutup 269 Toko di Seluruh Dunia*. Diambil kembali dari <https://www.viva.co.id/berita/bisnis/724386-walmart-tutup-269-toko-di-seluruh-dunia>
- Levy, P. M., Weitz, P. B., & Grewal, P. D. (2015). *Retailing Management*. International Edition.
- Lie, B. A. (2015, Oktober 20). *Inspirasi Upgrade Produk IKEA*. Diambil kembali dari https://www.kompasiana.com/bellaandrian/inspirasi-upgrade-produk-ikea_5625fa5f957e61e50876a331
- Limbu, Y. B., Wolf, M., & Lunsford, D. (2012). Perceived ethics of online retailers and consumer behavioral intentions. *Journal of Research in Interactive Marketing* , 141.
- Lind, Marchal, & Wathen. (2012). *Statistical Techniques in Business & Economics*. Tim Vertovee.
- Lu, Y., Zhao, L., & Wang, B. (2009). From virtual community members to C2C e-commerce buyers: Trust in virtual communities and its effect on consumers' purchase intention. *Electronic Commerce Research and Applications* , 351.
- Maharrani, A. (2017, Oktober 13). *Semarak 3 tahun IKEA di Indonesia*. Diambil kembali dari <https://beritagar.id/artikel/gaya-hidup/semarak-3-tahun-ikea-di-indonesia>
- Mala, D. (2016, Juni 7). *Kecewa dengan Pelayanan Ikea Alam Sutera*. Diambil kembali dari <https://mediakonsumen.com/2016/06/07/keluhan/kecewa-dengan-pelayanan-ikea-alam-sutra>

Malhotra, N. K. (2012). *Basic Marketing Research : Integration of Social Media*. Pearson Education, Inc.,

Malhotra, N. K. (2012). *Basic Marketing Research*. Pearson Education.

Marafon, D. L., Basso, K., Espartel, L. B., Barcellos, M. D., & Rech, E. (2018). Perceived Risk and Intention to Use Internet Banking: The Effects of Self-Confidence and Risk Acceptance. *International Journal of Bank Marketing* , 9.

Mukherjee, A., & Nath, P. (2007). Role of electronic trust in online retailing. *European Journal of Marketing* , 1177-1181.

Oreckel, L. (2016, Juni 3). *Kecewa dengan Home Delivery dari Ikea Indonesia Alam Sutera*. Diambil kembali dari <https://mediakonsumen.com/2016/06/03/keluhan/kecewa-home-delivery-ikea-indonesia-alam-sutera>

Orendorff, A. (2018, Februari 9). *Omni-Channel vs Multi-Channel: What is the Difference and Why Does It Matter?* Diambil kembali dari <https://www.shopify.com/enterprise/omni-channel-vs-multi-channel>

Park, D. H., Lee, J., & Han, I. (2007). The Effect of On-Line Consumer Reviews on Consumer Purchasing Intention: The Moderating Role of Involvement. *International Journal of Electronic Commerce* , 128.

Putri, M. P. (2010, Febuari 18). *MANAJEMEN RITEL*. Diambil kembali dari <https://mayangparvitaputri31207471.wordpress.com/2010/02/18/manajemen-ritel/>

Rachman, F. (2017, Oktober 31). *BKPM : Binis Ritel Konvensional Dalam Proses Jungkir Balik*. Diambil kembali dari <http://validnews.co/BKPM---Binis-Ritel-Konvensional-Dalam-Proses-Jungkir-Balik-Vxw>

Reddick, J. (2017, Agustus 22). *PASAR E-COMMERCE BERPOTENSI MENCURI CERUK RITEL 15,5% PADA 2021*. Diambil kembali dari <https://technobusiness.id/2017/08/22/data/pasar-e-commerce-berpotensi-mencuri-ceruk-ritel-155-pada-2021-2/#>

Riadi, M. (2017, Oktober 18). *Pengertian, Fungsi dan Jenis Penjualan Eceran (Ritel)*. Diambil kembali dari <https://www.kajianpustaka.com/2017/10/pengertian-fungsi-dan-jenis-penjualan-eceran-ritel.html>

Ribbink, D., van Riel, A. C., Liljander, V., & Streukens, S. (2004). Comfort your online customer: quality, trust and loyalty on the internet. *Managing Service Quality* , 447.

Richards, K. (2017, Oktober 17). *HP, Ikea and Audi Are Among the Top 100 Brands That Consumers Trust Most*. Diambil kembali dari <https://www.adweek.com/brand-marketing/hp-ikea-and-audi-are-among-the-top-100-brands-that-consumers-trust-most-in-the-u-s/>

Safiera, A. (2014, Oktober 16). *Mencoba Kuliner Khas Swedia di IKEA Indonesia*. Diambil kembali dari <https://wolipop.detik.com/read/2014/10/16/111359/2720390/856/mencoba-kuliner-khas-swedia-di-ikea-indonesia>

Safiera, A. (2014, Oktober 16). *Mencoba Kuliner Khas Swedia di IKEA Indonesia*. Diambil kembali dari <https://wolipop.detik.com/read/2014/10/16/111359/2720390/856/mencoba-kuliner-khas-swedia-di-ikea-indonesia>

Salo, J., & Karjaluoto, H. (2007). A conceptual model of trust in the online environment. *Online Information Review* , 605.

Sanjaya, A. (2015, Juli). *Pengertian Bisnis Ritel Definisi Pengecer Toko Menurut Para Ahli*. Diambil kembali dari <http://www.landasanteori.com/2015/07/pengertian-bisnis-ritel-definisi.html>

Sari, A. M. (2018, Januari 24). *E-Commerce Berkembang Pesat, Kemendag Sebut Aturan Perlu Diterbitkan*. Diambil kembali dari https://www.inews.id/finance/read/e-commerce-berkembang-pesat-kemendag-sebut-aturan-perlu-diterbitkan?sub_slug=makro

Seock, Y. K., & Norton, M. (2007). Attitude toward internet web sites, online information search, and channel choices for purchasing. *Journal of Fashion Marketing and Management* , 575.

Shim, S., Eastlick, M. A., Lotz, S. L., & Warrington, P. (2001). An online prepurchase intentions model: The role of intention to search. *Journal of Retailing* , 402.

Shin, J. I., Chung, K. H., & Oh, J. S. (2013). The effect of site quality on repurchase intention in Internet shopping through mediating variables: The case of university students in South Korea. *International Journal of Information Management* , 455.

Stanton, J. V., & Paolo, D. M. (2016). Information overload in the context of apparel. *Journal of Fashion Marketing and Management: An International* .

Swedberg, R. (2016). THE STRUCTURE OF CONFIDENCE AND THE COLLAPSE OF LEHMAN BROTHERS. *Markets on Trial: The Economic Sociology of the U.S.*

Taylor, A., Zhang, X., & Amadio, W. J. (2009). Examination of relevance criteria choices and the information search process. *Journal of Documentation* .

Teo, T. S., & Liu, J. (2005). Consumer trust in e-commerce in the United States. *The International Journal of Management Science* , 23.

Tonder, E. V., Petzer, D. J., & Zyl, K. v. (2017). A mediated model of relationship quality factors affecting behavioural intention at a luxury motor vehicle dealership. *European Business Review* .

Tucker, V. M. (2014). The Expert Searcher's Experience of Information. *Information Experience: Approaches to Theory and Practice* .

Tudoran et al. (2009). The effect of health benefit information on consumers health value, attitudes and intentions. *Appetite* , 3.

Wang, F. F. (2008). E-confidence: Offer and acceptance in online contracting. *International Review of Law Computers & Technology* .

Wardhana, S. (2017, Juli 17). *Pengusaha Beberkan Penyebab Lesunya Bisnis Retail di Tahun Ini*. Diambil kembali dari <https://bisnis.tempo.co/read/892030/pengusaha-beberkan-penyebab-lesunya-bisnis-retail-di-tahun-ini>

Wu, D. (2015, Oktober 28). *Mulus Omni-channel Mulai dengan View Holistik*. Diambil kembali dari <https://www.pico-plus.com/id/insights/seamless-omni-channel-starts-with-a-holistic-view#>

Xiao, N. (2016). How non-consumption goals (elicited by competitive setting or social risk) and self-confidence influence the importance of trivial attributes in product evaluation. *European Journal of Marketing* .

Yasa, A. (2018, Januari 26). *Strategi Ritel : Omnichannel Terus Dikembangkan*. Diambil kembali dari <http://koran.bisnis.com/read/20180126/448/730683/strategi-ritel-omnichannel-terus-dikembangkan>

Yen, H. J., & Gwinner, K. P. (2003). Internet retail customer loyalty: the mediating role of relational benefits. *International Journal of Service Industry Management* , 485.

Yoon, S. J. (2002). THE ANTECEDENTS AND CONSEQUENCES OF TRUST IN ONLINE-PURCHASE DECISIONS. *JOURNAL OF INTERACTIVE MARKETING* , 54.

Zikmund, W. G., Babin, B. J., Carr, J. C., & Griffin, M. (2013). Dalam *Business Research Methods* (hal. 484). South-Western/Cengage Learning.



U M N