



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

- Aaker, D. A. (2001). *Advertising Management*. 5th Edition. New Jersey: Prentice Hall Int Inc.
- Andi Supangat. (2006). *Statistika Untuk Ekonomi dan Bisnis*. Bandung: Pustaka.
- Ardial, H. (2014). *Paradigma dan Model Penelitian Komunikasi*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Ardianto, Elvinaro, ed. Nunik Siti Nurbaya. (2010). *Metodologi Penelitian untuk Public Relations Kuantitatif dan Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya Bandung.
- Armstrong, Gery dan Philip Kotler. (2001). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jilid 1. Edisi Kedelapan. Jakarta: Erlangga.
- Assael. (2002). *Consumer Behavior*. Edisi Bahasa Indonesia. New Jersey: Prentice-Hall Inc.
- Baran, J, Stanley & Davis K. Davis (2000). *Mass Communication Theory: Foundatins, Ferment and Future*. California: Wadsworth Publishing Company.
- Clow, Kenneth E. dan Donald Baack. (2018). *Integrated Advertising, Promotion, and Marketing Communications*. England: Pearson.
- Dougherty, C. (2002). *Introduction to econometrics*. 2nd ed. New York: Oxford University Press.
- Effendi, Onong Uchjana. 2003. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Fandy Tjiptono. (2008). *Pemasaran Strategik*. Edisi Pertama. *Manajemen dan Strategi Merek. Seri Manajemen Merek*. Yogyakarta: Andi.
- Ghozali, Imam. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 21*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Griffin, Jill. (2003). *Customer Loyalty, Menumbuhkan dan Mempertahankan Kesetiaan Konsumen*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Hosland, et al (1953) dalam Notoatmodjo, Soekidjo a. 1997. *Ilmu Kesehatan Masyarakat*. Jakarta: Rineka Cipta
- Kartajaya, Hermawan. (2007). *Boosting Loyalty Marketing Performance*. Bandung: PT Mizan Pustaka.
- Keller, K. L. (2008). *Strategic Brand Management: Building, Measuring, and Managing Brand Equity*. Upper Saddle River: NJ: Prentice Hall.
- Kotler, P. dan Armstrong, G. (2010). *Principles of Marketing*. Upper Saddle River: Pearson Prentice Hall.
- Kotler P., Hayes, Thomas, dan Bloom Paul N. (2002). *Marketing Professional Service*. Prentice Hall International Press.
- Kotler dan Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran. Jilid 1. Edisi ke 13*. Jakarta: Erlangga.
- Kriyantono, Rachmat. (2016). *Teknik Praktis Riset Komunikasi: Disertai Contoh Praktis Riset Media, Public Relation, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.

- Lupiyadi, R. (2010). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Edisi Pertama. Jakarta: Salemba Empat.
- Mowen, John.C. dan Minor, Michael. (2001). *Perilaku Konsumen Jilid 2*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Nurudin, 2009, Pengantar Komunikasi Massa, Rajagrafindo Persada, Jakarta.
- Oliver, R. L. (2010). *Satisfaction: A Behavioral Perspective on The Customer*. New York: McGraw-Hill.
- Praseto, Teguh, Abdul Halim Barkatullah. (2005). *Bisnis E-Commerce: Suatu Sistem Keamanan dan Hukum di Indonesi*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Riduwan, Kuncoro dan Engkos Achmad. (2014). *Cara menggunakan dan Memakai Analisis Jalur*. Bandung: Alfabeta.
- Ruslan, Rosadi. (2012). *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi*. Jakarta: Rajawali Press.
- Simamora, H. (2002). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Edisi Ketiga. Yogyakarta: STIE YKPN.
- Sugiyono, P. D. (2009). *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D*. Bandung : Alfabeta.

Jurnal dan Skripsi

- Aryani, Dwi dan Rosinta, Febrina. (2010). Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan. *Bisnis & Birokrasi, Jurnal Ilmu Administrasi dan Organisasi*, Vol. 17 No. 2 Hal. 114-126.
- Astuti, Sri Wahjuni dan Cahyadi, I Gde. (2007). Pengaruh Elemen Ekuitas Merek terhadap Rasa Percaya Diri Pelanggan di Surabaya Atas Keputusan Pembelian Kartu Perdana IM3. *Majalah Ekonomi*, Tahun XVII, No. 2.
- Astuti, Wiji Sicily S., Wahyuningsih, E., Winarti, Endah dan Yatna, Chicilia N. Pengaruh Atmosfer Toko dan Promosi Penjualan Terhadap Loyalitas Pelanggan Centro Departement Store di The Plaza Semanggi.
- Bisnarti, Ayunda. (2015). Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Loyalitas Pelanggan. *Digest Marketing*, Vol. 1 No. 1.
- Cahyono, Widya Jannastiti. The Influence of Brand Credibility, Consumer Value and Product Quality on Purchase Intention of Daihatsu Xenia in Surabaya.
- Chaudhuri, A. dan Holbrook, M.B. (2001). The chain of effects from brand trust and brand affect to brand performance: the role of brand loyalty, *Journal of Marketing*, Vol. 65 No. 2, Hal. 81-93.
- Erdem, T., dan Swait, J. (2004). Brand credibility brand consideration and choice. *Journal of Consumer Research*, 31, Hal. 191-198.
- Faisal, Aekram. (2015). Pengaruh Brand Credibility terhadap Information Efficiency dan Risk Reduction, Serta Dampaknya atas Repurchase Intention. *Jurnal Manajemen dan Pemasaran Jasa*, Vol. 8, No. 1.
- Gefen, David. (2002). Customer Loyalty in E-Commerce. *Journal of the Association for Information Systems*, Vol. 3.

- Handoyo, Supto. (2004). Pengaruh Kreatifitas Iklan Terhadap Loyalitas Konsumen Sabun Lux Studi Pada konsumen di Sekitar Wilayah UPN Veteran Yogyakarta, *Telaah Bisnis*, Vol. 5, Nomor 2, Desember, UPN Veteran, Yogyakarta.
- Hermani, Agus. (2003). Membangun kepuasan dan kesetiaan pelanggan. *Forum*, Vol. 31 No. 1, Hal. 45-48. Semarang: UNDIP.
- Hidayat, Deddy Rakhmad dan Firdaus, Muhammad Riza. (2014). Analisis Pengaruh Kualitas Layanan, Harga, Kepercayaan, Citra Perusahaan dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi pada Pelanggan Telkom Speedy di Palangka Raya). *Jurnal Wawasan Manajemen*, Vol. 2 No. 3.
- Kurniasih, Indah Dwi. (2012). Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Variabel Kepuasan (Studi pada Bengkel AHASS 0002-Astra Motor Siliwangi Semarang). *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol. 1 No. 1.
- Leischnig, A., Geigenmüller, A., Enke, M., Brands You Can Rely On! An empirical investigation of brand credibility in Services, Vol. 64, p. 44-58, 2012.
- Maathuis, O., Rodenburg, J. dan Sikkel, D. (2004), Credibility, emotion, or reason?, *Corporate Reputation Review*, Vol. 6 No. 4, p. 333-45.
- Malik, M, Shoukat dan Ahmad, Naveed (2014). Impact of Brand Credibility on Consumer Loyalty A Case Study of Fast Food Industry in DG Khan, Pakistan. *Arabian Journal of Business and Management Review (OMAN Chapter)* Vol. 3, No.6; jan. 2014.
- Margaretha, M. (2004). *Studi mengenai loyalitas pada divisi asuransi kumpulan AJP bumi Putra*. *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia*, Vol. iii, No. 3.
- Musanto, Trisno. (2004). Faktor-Faktor Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus pada CV. Sarana Media Advertising Surabaya). *Jurnal Manajemen & Kewirausahaan*, Vol. 6 No. 2 Hal. 123-136.
- Santoso, Septiadi. (2013). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan Laboratorium Klinik Populer Surabaya. *Jurnal Ilmu & Riset Manajemen*, Vol. 2 No. 6.
- Sari, Hesti Kartika. (2009). Efektifitas Loyalty Program dalam Customer Relationship Management terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan (Studi Kegiatan Divisi Retensi dalam Pelaksanaan Loyalty Program "Im3@School Community" pada PT Indosat Tbk. Kantor Cabang Malang). *Jurnal Ilmu Komunikasi*, Vol. 6 No. 2.
- Sheeraz, M., Iqbal, N., Ahmed, Naveed. (2012). Impact of Brand Credibility and Consumer Values on Consumer Purchase Intentions in Pakistan *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, Vol. 2, No. 8, p. 1-10.
- Wang, Xuehua and Yang, Zhillin (2010), The Effect of Brand Credibility on Consumers Brand Purchase Intention in Emerging Economies: The Moderating Role of Brand Awareness and Brand Image, *Journal of Global Marketing* 23: 3, p. 177-188.

Widodo, Ricky Andrianto (2014), Motif Membaca Rubrik For Her Surat Kabar Jawa Pos Pada Perempuan, Jurnal Comminline Departemen Komunikasi, Vol. 3 No. 3.

Sumber Lain

We Are Social. (2015). Digital, Social & Mobile in Southeast Asia in 2015. *Wearesocial.com*. Diakses 25 Juli 2018, dari <https://wearesocial.com/special-reports/digital-southeast-asia-2015>

We Are Social. (2018). Digital in 2018: World's internet users pass the 4 billion mark. *Wearesocial.com*. Diakses 25 Juli 2018, dari <https://wearesocial.com/blog/2018/01/global-digital-report-2018>

We Are Social. (2017). Digital in 2017: Global Overview. *Wearesocial.com*. Diakses 25 Juli 2018, dari <https://wearesocial.com/special-reports/digital-in-2017-global-overview>

Liputan6. (2017). Jumlah Transaksi Harian Bukalapak Capai Rp 50 Miliar di 2016. *Liputan6.com*. Diakses 25 Juli 2018, dari <https://www.liputan6.com/tekno/read/2823180/jumlah-transaksi-harian-bukalapak-capai-rp-50-miliar-di-2016>

Tempo (2017). Bernilai Rp 13 T, Bukalapak Masuk Kategori E-Commerce Unicorn. *Tempo.co*. diakses 10 Juli 2018, dari <https://bisnis.tempo.co/read/1034411/bernilai-rp-13-t-bukalapak-masuk-kategori-e-commerce-unicorn>

