

DAFTAR PUSTAKA

- Agnihotri, R., Dingus, R., Hu, M. Y., & Krush, M. T. (2016). Industrial Marketing Management Social media : In fl uencing customer satisfaction in B2B sales. *Industrial Marketing Management*, 53, 172–180. <https://doi.org/10.1016/j.indmarman.2015.09.003>
- Crosby, Philip B. (1979), *Quality is free : The Art of Making Quality Certain*, New York : New American Library
- Damsar. 2002. *Sosiologi Ekonomi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Djaslim Saladin. 2003. *Intisari Pemasaran*. Penerbit Linda Karya. Bandung
- Fandy Tjiptono. 2007. Strategi Pemasaran, Edisi ke dua. Yogyakarta: Andi.
- Harahap, D. A. (2018). Perilaku Belanja Online Di Indonesia: Studi Kasus. *JRMSI - Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*, 9(2), 193–213. <https://doi.org/10.21009/jrmsi.009.2.02>
- Herawati, Prajanti, S. D. W., & Kardoyo. (2019). Predicted Purchasing Decisions from Lifestyle, Product Quality, and Price through Purchase Motivation. *Journal of Economic Education*, 8(1), 1–11. <http://journal.unnes.ac.id/sju/index.php/jeec>
- Husein Umar. 2005. *Riset Pemasaran & Perilaku Konsumen*. Jakarta : PT Gramedia Pustaka Umum.
- Išoraitè, M. (2016). Marketing Mix Theoretical Aspects. *International Journal of Research-Granthaalayah*, 4(6), 25–37. <https://doi.org/10.5281/zenodo.56533>
- Khan, Munawar, M., Fasih, & Mariam. (2014). Impact of service quality on customer

satisfaction and customer loyalty: Evidence from banking sector. *Pakistan Journal of Commerce and Social Sciences (PJCSS)*, 8(2), 331–354.

Kotler, P & Armstrong. 2010. *Principles of Marketing, thirteen edition*. New Jersey: Prentice-Hall, Inc.

Kotler. 2000. *Manajemen Pemasaran*. Alih Bahasa : Alexander Sindoro. Edisi Milenium. Jakarta. PT. Prenhallindo.

Kotler. 2003. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Kesebelas. Indeks Kelompok Gramedia. Jakarta

Kotler. 2005. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Kesebelas Jilid I dan II. Indeks. Jakarta

Kotler. 2007. *Manajemen Pemasaran*. Jilid I. Edisi Kedua Belas. PT Indeks. Jakarta

Kotler. 2008. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jilid 1. Erlangga. Jakarta

Mufti, B. A. R., & Saraswati, T. G. (2019). ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA PENYEDIA JASA TITIP BELI @GOODSXAKHA. *ISSN : 2355-9357 e-Proceeding of Management*, 6(1), 107–112.

Nurhayati. (2017). Belanja “Online” sebagai cara Belanja di Kalangan Mahasiswa (Studi Kajian Budaya Di Universitas Malikussaleh ,Lhokseumawe, Aceh). *Aceh Anthropological Journal*, 1(2), 1–22. <http://eprints.ums.ac.id/60878/3/BAB I.pdf>

Riswandi, Riki. (2019). Pengaruh Reputasi Penjual dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepercayaan Konsumen yang berdampak pada Keputusan Pembelian.

Soltani, M., Esfidani, M. R., Jandaghi, G., & Soltaninejad, N. (2016). The Effect of Service Quality on Private Brand Image and Purchase Intention in The Chain Stores

of ETKA. *World Scientific News*, 47(2), 202–216.
<http://psjd.icm.edu.pl/psjd/element/bwmeta1.element.psjd-32bc3aac-65a5-49b6-9b9c-b297229f189f>

Sumarwan, Ujang. 2011. *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Bogor: Ghalia Indonesia.

Triana, Dessy & Widyarto (2013). *Relevansi Kualifikasi Kontraktor Bidang Teknik Sipil Terhadap Kualitas Pekerjaan Proyek Konstruksi di Provinsi Banten*.

Uchti, Sani. 2014. *Kontribusi Kecepatan Layanan dan Tarif Terhadap Kepuasan Konsumen PT. JNE Konter Perak Timur*.

Warayuanty, W., & Suyanto, A. (2015). The Influence of Lifestyles and Consumers Attitudes on Product Purchasing Decision via Online Shopping in Indonesia. *European Journal of Business and Management*, 7(8), 74.
<https://www.iiste.org/Journals/index.php/EJBM/article/view/20944>

Kamus Besar Bahasa Indonesia 2008