

DAFTAR PUSTAKA

- Adisaputro, G. 2010. *Manajemen Pemasaran: Analisis untuk Perancangan Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN
- Al Qur'an
- Agung, Y. 2004. *101 Konsultasi Praktis Pemasaran 1*. Jakarta: PT Gramedia .
- Agusnawar. 2002. *Psikologi Pelayanan*. Bandung: Alfabeta.
- Al Bilali, A. H. 2005. *Dari Mana Masuknya Setan*. Jakarta: Gema Insani.
- Anderson, R. E., & Srinivasan, S. 2003. E-Satisfaction and E-Loyalty: A Contingency Framework. *Jurnal Psychology & Marketing* , Vol.20, No. 2, 124.
- Armesh, H. et., al. 2010. Impact of Online/Internet Marketing on Computer Industry in Malaysia in Enhancing Consumer Experience . *International Journal of Marketing Studies* , Vol. 2, No. 2, 78.
- Aryani, D., & Rosinta, F. 2010. Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan dalam Membentuk Loyalitas Konsumen. *Jurnal Ilmu Administrasi dan Organisasi* Vol 17 No 2.
- Barnes, James G. 2003. *Secrets of Customer Relationship Management*. Yogyakarta: Andi
- Basrowi, & Suwandi. 2008. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Boyd, dkk. 2000. *Manajemen Pemasaran: Suatu Pendekatan Strategis dengan Oriental Global: Jilid \1*, Jakarta: Erlangga.
- Chan, W. Kim & Renee Mauborgne. 2005. *Blue Ocean Strategi (Strategi Samudera Biru) Terjemahan Satrio Wahono*. Jakarta: Serambi Ilmu Semesta.
- Clemmer, J. 2009. *Sang Pemimpin*. Yogyakarta: Kanisius.
- Constantinides, E. 2004. Influencing the online consumer's behavior: the Web experience. *Internet Research* , Vol. 14, No. 2, 118.

- Dann, Stephan & Susan Dann. 2011. *E-marketing*. New York: Palgrave Macmillan
- Durianto, D. et., al. 2004. *Brand Equity Ten Strategi Memimpin Pasar*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka.
- Dehkodari, J. G. 2012. A Conceptual Study on E-marketing and Its Operation on Firm's Promotion and Understanding Customer's Response . *International Journal of Business and Management* , Vol. 7, No. 19, 115.
- Delafrooz, N, et., al. 2010. Students' Online Shopping Behavior: An Empirical Study . *Journal of American Science* , Vol 6 No 1, 138.
- Effendi, S., & Tukiran. 2012. *Metode Penelitian Survei*. Jakarta: LP3ES
- Elfindri. 2008. *Strategi Sukses Membangun Daerah..* Jakarta: Gorga Media
- Ellitan, L. 2006. Strategi Inovasi dan Kinerja Perusahaan Manufaktur di Indonesia: Pendekatan Model Simultan dan Model Sekuensial . *Jurnal Manajemen* , 2.
- Evants, J. R. 2007. *Pengantar Six Sigma*. Jakarta: Salemba Empat.
- Fajrianti, & Farrah, Z. 2005. Strategi Perluasan Merek dan Loyalitas Konsumen. *Insan* , 287.
- Gay, Richard, et., al. 2007. *Online Marketing*. New York: Oxford University Press Inc.
- Griffin, Jill. 2005. *Customer Loyalty*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama
- Griffin, R. W. 2004. *Manajemen*. Jakarta: Erlangga.
- Gulö, W. 2010. *Metodologi Penelitian*. Jakarta: PT Grasindo.
- Gunreel, K. 2012. Consumer's perception towards online shopping- The case of punjab . *International Journal of Management & Information Technology*, Vol. 1, No. 1, 6.
- Harari, O. (2003). *The Leadership Secrets of Colin Powell*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Harisno, & Pujadi, T. 2009. E-business dan e-commerce sebagai trend Taktik baru perusahaan . *Comm Informasi Teknologi* , Vol. 3 No. 2, 66.
- Hasan, Ali. 2010. *Marketing Bank Syariah*. Bogor: Ghalia Indonesia

- Herdiansyah, H. 2010. *Metode Penelitian Kualitatif untuk Ilmu-Ilmu Sosial*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Hooda, S., & Aggarwal, S. 2012. Consumer behaviour towards e-Marketing: a study of jaipur consumers . *Journal of Arts, Science & Commerce* , Vol.– III, No. 2, 115.
- Hornby, A S. 1995. *Oxford Advanced Learner's Dictionary of Current English*. New York: Oxford University Press
- <http://bandara.web.id/sistem-tiket-pesawat-elektronika-e-ticket/> diakses 12 Januari 2014
- <http://www.liputan6.com> / diakses Sabtu, 8 Februari 2013).
- Industri Update Office of Chief Economist. 12 Januari 2014
- Jusmaliani. 2008. *Bisnis Berbasis Syariah*. Jakarta: Bumi Aksara
- Jusoh, Z. M., & Ling, h. G. 2012. Factors Influencing Consumers' Attitude towards Ecommerce Purchases Through OnlineShopping . *Humanities and Social Science* , Vol. 2 No. 4, 224.
- Kertajaya, H. 2002. *Hermawan Kertajaya on Marketing; edisi kedua*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Kertajaya, H. 2006. *Hermawan Kertajaya on Marketing*. Bandung: Mizan Media Utama (MMU).
- Kertajaya, Hermawan. 2007. *Boosting Loyalty Marketing Performance*. Bandung: PT Mizan Pustaka
- Kotler, Philip. 2004. *Marketing Insight From A to Z*, Erlangga. Jakarta
- Kotler, Philip dan Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Penerbit Erlangga
- Limsanny. 2009. Strategi Peningkatan Loyalitas Konsumen dengan Diferensiasi. *Jurnal Psikologi* , Vol. 7 No. 1, 27.
- LeBoeuf, M. 2010. *Memenangkan dan Memelihara Pelanggan Seumur Hidup*. Jakarta: PT. Tangga Pustaka.
- Lukman, Enricko. 2013. *Tingkah Laku Pengguna Intenet Indonesia*. <http://id.techinasia.com>. diakses 12 Januari 2014

- Merzaei, H, et., al. 2012. Differences of Traditional Marketing in opposition to Electronic Marketing. *International Conference on Economics, Business and Marketing Management* . vol.29
- Meyliana. 2010. Analisa Strategi E-marketing dan Implementasinya (Studi Kasus : Perusahaan Retail Garment). *Seminar Nasional Informatika* , 129.
- Meyliana. 2012. Tingkat Kepercayaan Pelanggan Terhadap M-Marketing Pada Smartphone Blackberry . *Seminar Nasional Teknologi Informasi & Komunikasi Terapan* , 532.
- Mohamed, B., & Al-Rousan, M. R. 2009. Customer Loyalty and the Impacts of. *Human and Social Sciences* Vol. 15, No.3.
- Moleong, L. J. 2007. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya Offset.
- Mussry, J. 2007. *MarkPlus on Marketing The Second Generatio*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Nazir, M. 2005. *Metode Penelitian*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Nazir, M. 2011. *Metode Penelitian*. Bogor : Ghalia Indonesia.
- Palmatier, R. W. (2007). Customer Loyalty to Whom? Managing the Benefits and Risks of Salesperson-Owned Loyalty. *Journal of Marketing Research* , 186.
- Paramitha, A. A, et., al. 2013. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Garuda Indonesia di Denpasar. *Jurnal Manajemen, Strategi Bisnis, dan Kewirausahaan* , Vol. 7, No. 1, 19.
- Pitta, D, et., al. 2006. A strategic approach to building online customer loyalty: integrating customer profitability tiers . *Journal of Consumer Marketing*, Vol. 23, No. 7, 422.
- Pramantio, Tommy, et., al. 2012. Pengaruh Kualitas Produk Dan Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Produk Makanan Tela Krezz Cabang Bekasi. *Jurnal Universitas Padjajaran*.
- Prastowo, A. 2011. *Metode Penelitian Kualitatif dalam Perspektif Rancangan Penelitian*. Yogyakarta: Ar-Ruzz Media.
- Pendit, B. U. 2006. *Buku Ajar Keperawatan Perioperatif*. Jakarta: EGC.
- Pribadi, W. 2010. *16 Cara Efektif Mendatangkan Pelanggan Lewat Internet*. Jakarta: Bukune.

- Porter, M. E. 1980. *Strategi Bersaing Teknik Menganalisis Industri dan Pesaing*. Jakarta: Erlangga.
- Rai, A. K., & S. M. 2013. The Antecedents of Customer Loyalty: An Empirical Investigation in Life Insurance Context. *Journal of Competitiveness*, Vol. 5, No. 2, 141.
- Raja, Oskar, et.al. 2010. *Strategi Brilian 101 Tokoh Marketing Dunia*. Jakarta: L PRESS
- Rangkuti, F. 2002. *Measuring Customer Satisfaction: Gaining Customer Relationship Strategy*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Rangkuti, Freddy. 2006. *Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Rangkuti, P., & Nugraha, P. 2009. *Intelijen Bertawaf*. Jakarta: Grasindo.
- Rudy. 2008. Perancangan E-marketing bagi Perusahaan Jasa Konsultasi Arsitektur: Studi Kasus PT Naw . *Piranti Warta* Vol.11 No.1.
- Salehi, M, et.,al. 2012. Dissimilarity of E-marketing VS traditional marketing. *Academic Research in Business and Social Sciences* , Vol. 2, No. 1, 512.
- Sari, H. K. 2009. Efektivitas Loyalty Program dalam Customer Relationship Management terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan . *Ilmu Komunikasi* , Vol. 6, No. 2, 179.
- Slamet. 2009. Strategi Membangun Teknologi Informasi dan Komunikasi di Perguruan Tinggi Agama Islam Menuju Kawasan Kampus Digital. *Konferensi Nasional Informasi* , 1.
- Sugiyono. 2008. *Metode Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Sukma, A. A. 2012. Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Melalui Social Networking Websites . *Jurnal Ekonomi Manajemen* , 8.
- Sulaiman, A. et., al. 2008. E-Ticketing as a New Way of Buying Tickets: Malaysian Perceptions. *J. Soc. Sci* , Vol. 17, No. 2, 149.
- Sulianta, F. 2009. *Web Marketing*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Sunarto. 2006. Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan Dan Dampaknya Terhadap Keunggulan Bersaing (Studi Pada Tabungan Britama Bri Kanca Kendal). Universitas Diponegoro. Semarang

- Susanti, N. 2009. Analisis Implikasi Kepuasan Pelanggan Terhadap Perilaku Pasca Pembelian Melalui Testimoni dalam SITUS Pemasaran Internet. *Jurnal Manajemen Teori dan Terapan* , Vol. 2 ,No. 1, 5.
- Susanti, V., & Hadi, C. 2013. Kepercayaan Konsumen dalam Melakukan Pembelian Gadget Secara Online. *Jurnal Psikologi Industri dan Organisasi* , 3.
- Sutejo, S. B. 2006. Internet Marketing: Konsep Dan Persoalan Baru Dunia Pemasaran . *Manajemen*. Vol. 6, No. 1
- Sugiyono. 2002. *Metode Penelitian Administrasi*. Bandung: Alfabeta
- Tjahyadi, R. A. 2006. Brand trust dalam Konteks Loyalitas Merek: PERAN karakteristik Merek, Karakteristik Perusahaan, dan Karakteristik Hubungan Pelanggan-Merek. Vol. 6, No. 1, 65 .
- Tjiptono, Fandy. 1997. *Strategi Pemasaran*. ANDI, Yogyakarta Regina, & Belousova, R. 2005. Origin and Definition of Interactive Marketing. *Engineering Economics Manajemen* , 65.
- T.Widjaja, B. 2009. *Lifestyle Marketing*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Utami, C. W. 2010. *Manajemen Ritel* . Jakarta: Salemba Empat.
- Virvilaitė, R., & Belousova, R. (2005). Origin and Definition of Interactive Marketing. *Engineering Economics* , No 1 (41), 57.
- Yang, Z., & T. Peterson, R. 2004. Customer Perceived Value, Satisfaction, and Loyalty: The Role of Switching Costs. *Psychology & Marketing* , Vol. 21 No. 10, 802.
- Yuliana, O. Y. 2000. Penggunaan Teknologi Internet Dalam Bisnis. *Jurnal Akuntansi & Keuangan* , Vol. 2, No. 1, 51.
- Yusepa, F. 2012. Dampak Social Teknologi bagi Perusahaan Serta Lingkungannya. *Ilmu administrasi Bisnis* .
- Yuwono, S., Sukarno, E., & Ichsan, M. 2002. *Petunjuk Praktis Penyusunan Balanced Scorecard Menuju Organisasi yang Berfokus pada Strategi*. Jakarta: PT GramediaPustaka Utama.