

REFERENCES

- Agnanda, Friska, (2012). Pengaruh Nilai Pelanggan, Kesadaran Merek dan Switching Barrier Terhadap Loyalitas Pelanggan Kartu Telkom Flexi (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*.
- Assael, Henry. (2001). *Consumer Behavior* 6th Edition. New York: Thomson-Learning.
- Dharmesta, Basu Swastha. (2003). *Azas-Azas Marketing*. Penerbit Yogyakarta Liberty.
- Dharmmesta dan Irawan. (2001). *Manajemen Pemasaran Modern Edisi Kedua*. Yogyakarta
- Durianto, Darmadi., Sugiarto & Sitinjak. (2001). *Strategi Menaklukkan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Ferdinand, Augusty. (2005). *Structural Equation Modeliing dalam Penelitian Manajemen: Aplikasi Model-Model Rumit dalam Penelitian untuk Tesis Magister dan Disertasi Doktor*. Lembaga Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang
- Gale, B. (2004). *Managing Customer Value*. New York: Prentice the Free Press
- Ghozali, Imam. (2008). *Model Persamaan Struktural: Konsep & Aplikasi dengan Program AMOS 16.0*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- Gujarati, Damodar. (2006). *Dasar-Dasar Ekonometrika*. Jakarta: Erlangga.
- Hagen, D., Risselada, A., Spierings, B., Weltevreden, J. W. J., & Atzema, O.

- (2022). Digital Marketing Activities by Dutch Place Management Partnerships: *A resource-based view*
- Harini. (2008). *Makro Ekonomi Pengantar*. PT Gramedia Pustaka Utama: Jakarta.
- Hofacker, C., Golgeci, I., Pillai, K. G., & Gligor, D. M. (2020). Digital Marketing and Business-to-business Relationships: A Close Look at The Interface and A Roadmap for The Future. *European Journal of Marketing*, 54(6), 1161-1179.
- Japarianto, Edwin., dan Sugiharto, Sugiono. (2011). Pengaruh Shopping Lifestyle dan Fashion Involvement Terhadap Impulse Buying Behavior Masyarakat High Income Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 6 (1). 32-41.
- Kapoor, R., & Kapoor, K. (2021). The Transition from Traditional to Digital Marketing: A Study of The Evolution of E-marketing in The Indian Hotel Industry. *Worldwide Hospitality and Tourism Themes*, 13(2), 199-213
- Kartajaya, H. (2007). *Hermawan Kartajaya on Segmentation*. Bandung: PT. Mizan Pustaka.
- Katsikeas, C., Leonidou, L., & Zeriti, A. (2019). Revisiting International Marketing Strategy in A Digital Era. *International Marketing Review*, 37(3)
- Kharis, I. F. (2011). *Studi Mengenai Impulse Buying Dalam Penjualan Online (Studi Kasus di Lingkungan Universitas Diponegoro Semarang)*.
- Kotler dan Amstrong. (2004). *Prinsip-prinsip Marketing Edisi Ketujuh*. Jakarta: Penerbit Salemba Empat.

- Kotler dan Keller. (2007). *Manajemen Pemasaran Edisi ke Duabelas Jilid 1*. Jakarta: PT. Indeks
- Kotler. (2005). *Manajemen Pemasaran Edisi Sebelas Jilid 1*. Jakarta: PT. Indeks Kelompok Gramedia.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. (2008). *Prinsip-prinsip Pemasaran Jilid 1 Edisi 12*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Kotler, Philip. (2004). *Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, implementasi dan Kontrol Edisi Sebelas*. Jakarta: Penerbit PT. Prenhallindo.
- Kotler, Philip. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga
- Kuncoro, Mudrajat. (2003). *Metode Riset Untuk Bisnis dan Ekonomi*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Kurniasih, I.D. (2012). Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Variabel Kepuasan (Studi Pada Bengkel Ahas 0002-Astra Motor Siliwangi Semarang). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 1(1).
- Kusnendi. (2008). *Model - Model Persamaan Struktural Satu dan Multigroup Sampel dengan Lisrel*. Bandung: Alfabeta.
- Kusumajaya, Agus. (2014). Pengaruh Kesadaran Merek dan Kepercayaan Merek terhadap Loyalitas Pelanggan Winston Indonesia. *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*, 2(1)
- Lamb. (2001). *Pemasaran Buku 1*. Jakarta: Salemba Empat

- Lumintang, Fenny Felicia. (2012). Pengaruh Hedonic Motives terhadap Impulse Buying melalui Browsing dan Shopping Lifestyle pada Online Shop
- Mardalis, Akhmad. (2006). Meraih Loyalitas Pelanggan. *Jurnal BENEFIT*, 9 (2), 111-119
- Mowen, Jhon. C & Minor, Michael. (2002). *Perilaku Konsumen Alih Bahasa: Dwi Kartini Yahya Jilid 2*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Nurhayati, Risky. (2011). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi pada Mahasiswa Universitas Pembangunan Nasional Veteran Yogyakarta Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis Angkatan 2009 Pengguna Handphone Merek Nokia). *Skripsi*. Yogyakarta: UPN
- Paramita, Adiska Octa., Arifin, Zainul., dan Sunarti. (2014). Pengaruh Nilai Belanja Hedonis terhadap Pembelian Impulsif pada Toko Online dengan Emosi Positif Sebagai Variabel Perantara. *Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang*, 8 (2)
- Pasaribu, Lia Octaria. dan Dewi, Citra Kusuma. (2015). Pengaruh Hedonic Shopping Motivation Terhadap Impulse Buying pada Toko Online : Studi pada Toko Online Zalora. *Fakultas Komunikasi dan Bisnis Universitas Telkom*, 19 (2).
- Peter, J. Paul dan Olson, Jerry C. (2000). *Consumer Behavior: Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran Jilid 1. Edisi Keempat*. Jakarta: Penerbit Erlangga
- Purba, Bertha Desviani. dan Dewi, Citra Kusuma. (2015). Pengaruh Online Store Beliefs Melalui Browsing terhadap Impulse Buying pada Toko Online

(Studi pada Lazada. CO.ID). *Fakultas Komunikasi dan Bisnis Universitas Telkom*.

Purwanto, E., Hadiwidjojo, D. and Ratnawati, K., (2013). Preferensi Merek Sebagai Pemediasi Pengaruh Kesadaran Merek dan Asosiasi Merek terhadap Loyalitas Konsumen (Studi Produk Insektisida Merek Asmec 36 EC di Malang Raya). *Jurnal Aplikasi Manajemen*, 11(2), 186-196.

Qhornisa, Ansora Al, (2015). Pengaruh Kesadaran Merek, Asosiasi Merek, dan Kesan Kualitas Terhadap Loyalitas Konsumen Smartphone Merek Lokal dan China Di Kota Semarang. *Jurnal Publikasi*.

Rahadian, Susalit Sulthan. (2006). Analisis Pengaruh Loyalitas Pelanggan dan Perilaku Mencari Variasi Terhadap Perpindahan Merek. *Tesis*. Universitas Diponegoro. Semarang.

Rahayu, D.A. (2011). Pengaruh Nilai Pelanggan, Kepercayaan, dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan Penyedia Layanan Jasa Internet di Kecamatan Sumpalsari. *Skripsi*. Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jember

Rangkuti, Freddy. (2004). *Manajemen Persediaan: Aplikasi di Bidang Bisnis*. Jakarta: Grafindo Persada.

Rofiq, A., Suryadi, N. and Faidah, N.N. (2009). Peranan Ekuitas Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan pada Industri Telepon Seluler. *In National Conference on Management Research*, 2086-0390.

Santoso, Singgih. (2004). *SPSS Statistik Multivariat*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo

- Sari, Dewi Harmila dan Suryadi. (2013). Pengaruh Kepuasan Pelanggan dan Switching Barrier terhadap Customer Retention Kartu Gsm (Studi Kasus pada Mahasiswa S1 Universitas Brawijaya Malang). *Jurnal Ilmiah FEB Universitas Brawijaya*.
- Schiffman, Leon G. dan Kanuk, Lezlie Lazar. (2008). *Perilaku Konsumen*. Indonesia: Indeks.
- Sekaran, Uma dan Roger Bougie. (2010). *Research Method for Business: A Skill Building Approach Ed. 5*. New York: John Wiley
- Sekaran, Uma. (2006). *Metodologi Penelitian untuk Bisnis Jilid 2 Edisi 4*. Jakarta: Penerbit Salemba Empat
- Setiadi, Nugroho J. (2003). *Perilaku Konsumen Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*. Jakarta: Prenada Media.
- Simamora, Bilson. (2001). *Memenangkan Pasar dengan Pemasaran Efektif dan Profitabel*. Jakarta: Penerbit PT. Gramedia
- Siregar, Riki R. (2010). Strategi Meningkatkan Persaingan Bisnis Perusahaan dengan Penerapan *E-commerce*.
- Sugiyono. (2008). *Metode Penelitian Bisnis Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Penerbit Alfabeta
- Sugiyono. (2009). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Suliyanto. (2013). Pengaruh Nilai Pelanggan dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan: Switching Cost sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 12 (1), 11 – 18

- Suliyanto. (2006). *Metode Riset Bisnis*. Yogyakarta: Penerbit Andi
- Suliyanto. (2006). *Metode Riset Bisnis*. Yogyakarta: Penerbit ANDI
- Sumarsono. (2012). Nugraha, Wahyu Fitrayanto. Analisis Pembelian Produk Baru yang Tidak Direncanakan pada Toko Online. Fakultas Ekonomi Universitas Jenderal Soedirman.
- Sumarwan, Ujang. (2003). *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapan dalam Pemasaran*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Supranto. J. (2001). *Statistik Teori dan Aplikasi*. Edisi 6. Jakarta: Erlangga
- Swastha. Basu. (2002). *Manajemen Pemasaran*. Edisi Kedua. Cetakan Kedelapan. Jakarta: Penerbit Liberty
- Syaputri. (2015). Pengaruh Kemasan, Merek dan Harga Terhadap Loyalitas Konsumen pada Ukm Keripik Singkong Sulis di Samarinda. *eJournal Ilmu Administrasi Bisnis*, 3 (1), 27-39
- Taslim, B., dan Septianna A. (2011). Pengaruh Knowledge Management Terhadap Kreativitas Tenaga Pendidik SMA Methodist 2 Palembang. *Jurnal Ekonomi dan Informasi Akuntansi*, 1 (2)
- Tjiptono, Fandy. (2007). *Strategi Pemasaran Cetakan Ketiga*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Triton, PB. (2007). *Manajemen Sumber Daya Manusia Perspektif Partnership dan Kolektivitas*, Yogyakarta: Tugu Publisher.
- Umar, Husein. (2002). *Evaluasi Kinerja Perusahaan*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.

- Utami, Christina Whidya. (2010). *Manajemen Ritel: Strategi dan Implementasi Ritel Modern di Indonesia*. Jakarta: Salemba Empat.
- Woodruff, Robert B. (2009). Customer Value: The Next Source for Competitive Advantage. *Journal of Academy of marketing Science*, 25 (2), 139-153.
- Yunus, Muhammad. (2014). *Pengaruh Harga terhadap Loyalitas Pelanggan Pupuk Urea Bersubsidi PT. Pupuk Kujang Cikampek*.
- Zeithaml, Valarie., Bitner & Gremler. (2009). *Services Marketing Integrating Customer Focus Across the Firm*. New York: McGraw Hill.

