

DAFTAR PUSTAKA

- Adi, Riqi Nugroho. 2013. *Analisis Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Dengan Sistem Pre Order Secara online*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Ahmad, Chandra dan Hermawan, Dadang. 2013 *E-Business dan E-Commerce*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Azwar, Saiffudin, *Metode Penelitian*, Pustaka Pelajar, Yogyakarta, 2001.
- Babin, B.J., Darden, W.R., and Griffin, M., 1998., “Work and/or Fun: *Measuring Hedonic and Utilitarian Shopping Value*”. *Journal of Consumer Research*, 20 (March): 644-656.
- Childers Terry L., Chirtopher L. Carr., Joann Peck., Stephen Carson., 2011, *Hedonic and utilitarian motivation for online retail shopping behavior*, journal of retailing.
- Chirtina Whidya, Utami. 2010. *Buku Manajemen Pemasaran Jasa*. Edisi I. Penerbit: Bayu Media.
- Engel, Blackwell, dan Miniard. 1995. *Perilaku Konsumen*. Edisi Kelima. Jakarta: Penerbit Binarupa Aksara.
- Ferdinand, Augusty, 2006. 11. *Metode Penelitian Manajemen* , Semarang: Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hirschman, E.C. and Holbrook, M.B.,1982, Hedonic Consumption: Emerging Concept, *Journal of Marketing*, vol. 16, pp, 92-101.
- Irianto, Agus, 2004. *Statistik Konsep Dasar, Aplikasi, dan Pengembangannya* Edisi Pertama. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Kim. 2006. *Using Hedonic and Utilitarian Shopping Motivations to Profile Inner City Consumers*, *Jurnal Of Shopping Center Research*, Volume 13, Number 1, 2006.
- Kotler, Philip. 2001. *Manajemen Pemasaran di Indonesia*. Alih Bahasa AB Susanto. Buku dua. Jakarta :Penerbit Salemba Empat.

- Kotler, Philip., dan Gary Armstrong., 2004, *Dasar-Dasar Pemasaran*, Edisi kesembilan, Jilid 1, dialihbahasakan oleh Alexander Sindoro, Jakarta: Indeks.
- Kusuma, Firman Adi. 2014. *Analisis Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Motif Belanja Online Pada Lejel Home Shopping Di Makassar*. Makassar: Universitas Hasanuddin.
- Mowen, John, C., dan Minor, M., (2002), *Perilaku Konsumen Jilid 1*, Edisi Kelima (terjemahan), Erlangga, Jakarta.
- Nazir, Moh., 2003, *Metode Penelitian*, cetakan ketiga, Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Nili Majid., Delaveri Davood., Tavassolo Nafiseh., Barati Razieh., 2013, *Impacts of Utilitarian and Hedonistic Values of Online Shopping on Preferences and Intentions of Consumers*, International Journal Of Academic Research In Business And Sciences.
- Nurgiyantoro, Burhan, Gunawan, Marzuki.2000. *Statistik Terapan Untuk Penelitian Ilmu-ilmu Sosial*. Penerbit: Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Peter, J. Paul dan Jerry C. Olson, 2000, *Perilaku konsumen dan strategi pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Peter, Paul dan Olson, Jerry. 1999. *Consumer behavior*, Prilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran, Edisi Keempat. Alih Bahasa Damos Sihombing. Jakarta : Erlangga.
- Pratiwi, Haning Dwi. 2013. *Online Shop Sebagai Cara Belanja Dikalangan Mahasiswa Unnes*. Semarang: Universitas Nergi Semarang.
- Sarwono, J. Dan Prihartono, Sarwono, J. Dan Prihartono, K. (2012). *Perdagangan Online: Cara bisnis diInternet* : Elex Media Koputindo.
- Setiadi, Nugroho J. 2010. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Kencana.
- Subagyo, Hartono. 2011. *Pengaruh Atribut Supermarket Terhadap Motif Belanja Hedonik Motif Belanja Utilitarian Dan Loyalitas Konsumen*, jurnal manajemen pemasaran, Vol.6, No 1 April 2011.
- Sugiyono, 2005. *Metode Penelitian Bisnis*, Bandung: Alfabeta.
- Sukmadinata, Nana Syaodih. 2011. *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: PT Remana Rosdakarya.
- Supardi. 2006. *"Penelitian Tindakan Kelas"*. Jakarta : Bumi Akasara.
- Supranto J, *Statistik Untuk Pemimpin Berwawasan Global*, Salemba Empat, Jakarta, 2001.

Turban, McLean, Wetherbe, "Information Technology or Management", Wiley International Edition, 2002.

<http://amiekusuma.wordpress.com/2013/04/28/mengapa-memilih-belanja-online/>

http://scholar.google.com/scholar?q=keputusan+pembelian+secara++online&btnG=&hl=id&as_sdt=0%2C5&as_vis=1