

## DAFTAR PUSTAKA

### SUMBER BUKU

- Arikunto, Suharismi. (2002). *Prosedur Penelitian, Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Bina Aksara.
- Atik dan Ratminto. (2005). *Manajemen Pelayanan, Disertai Dengan Pengembangan Model Konseptual, Penerapan Citizen's Charter Dan Standar Pelayanan Minimal*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Azwar, Saifuddin. (2016). *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Burhan, Bungin. (2009). *Analisis Penelitian Data Kualitatif*. Jakarta: Raja Grafindo
- Durianto, Darmadi, Sugiarto dan Tony Sitinjak. (2004). *Strategi Menaklukan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Griffin, Jill. (2003). *Customer Loyalty : Menumbuhkan Dan Mempertahankan Pelanggan*. Jakarta : Penerbit Erlangga.
- Kasiram, Moh. (2008). *Metode Penelitian*. Malang: UIN-Malang Pers
- Keller, Kevin Lane. (2013). *Strategic Brand Management*. London : Pearson.
- Kotler, Phillip. (1997). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Prenhallindo.
- \_\_\_\_\_. (2005). *Manajemen Pemasaran*. Jilid I, Edisi Kesebelas. Jakarta: PT Indeks.
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Alih bahasa: Bob Sabran. Jakarta: PT Indeks
- \_\_\_\_\_. (2010). *Manajemen Pemasaran*. Jilid I, Edisi Kesebelas. Jakarta : Erlangga.
- \_\_\_\_\_. (2012). *Marketing Management 14th edition*. New Jersey: Prentice Hall.
- Lemeshow, Stanley, David W, Janelle Klar, Stephen K. (1990). *Adequacy of Sample Size in Health Studies*. Chichester : John Wiley & Sons.
- Nasution, S. (2012). *Metode Research (Penelitian Ilmiah)*. Jakarta: Bumi Aksara.

- Nazir, Moh. (2003). *Metode Penelitian*. Jakarta: Salemba Empat
- Prasetyo, Bambang dan Lina Miftahul Jannah. (2005). *Metode Penelitian Kuantitatif : Teori dan Aplikasi*. Jakarta : PT Rajagrafindo Persada
- Riduwan dan Akdon. (2013). *Rumus dan Data dalam Analisis Statistika*. Bandung : Alfabeta
- Santosa, Elizabeth T. (2015). *Raising Children in Digital Era*. Jakarta : PT Elex Media Komputindo
- Schiffman, Leon & Lezlie Lazar Kanukk. (2008). *Consumer Behavior 7<sup>th</sup> Edition (Perilaku Konsumen)*. Jakarta: PT Indeks.
- Sernovitz, Andy. (2006). *Word Of Mouth Marketing: How Smart Companies Get People Talking*. Chicago: Kaplan Publishing.
- Singarimbun Masri dan Sofian Effendi. (1995). *Metode Penelitian Survei*. Jakarta : PT Pustaka LP3ES
- Soehartono, Irawan. (2000). *Metode Penelitian Sosial*. Bandung; PT. Remaja Rosdakarya
- Strauss, Judy, Adel El-Ansary & Raymond Frost. (2003). *E-Marketing*. New Jersey : Prentice Hall
- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Sumarwan, Ujang. (2003). *Perilaku Konsumen, Teori dan Penerapannya Dalam Pemasaran*. Jakarta : Ghalia Indonesia.
- Tjiptono, Fandy dan Chandra Gregorius. (2007). *Service, Quality Satisfaction*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Wibisono, Dermawan. (2005). *Metode Penelitian & Analisis Data*. Jakarta: Salemba Medika.
- Wijaya, Tony. (2011). *Manajemen Kualitas Jasa*. Jakarta: PT Indeks

#### **SUMBER JURNAL, MAKALAH**

- Ali, Wahab, et.al. (2017). Impact of Brand Image, Brand Trust and Advertisement on Consumer Loyalty & Consumer Buying Behavior . *Journal of european academic research*. vol IV, p.8496-8518.

- Ananda, Lingga Detia. (2017). Dinamika Trust Pada Pemasaran Online di Media Sosial. *Jurnal Komunikasi Indonesia*, Vol. V, No.1.
- Ba, S. And Pavlou, P.A. (2002). Evidence of the effect of trust building technology in electronic markets : price premiums and buyer behaviour. *MIS Quarterly* , Vol. 26, No.3
- Boer, Rino. F dan RR Virana Hendrastuti. (2018). Reputation Communication of Online Companies. *Jurnal Komunikasi ISKI*. Vol.3, No.1.
- Cakmak, I. (2016). The role of brand awareness on brand image, perceived quality and effect on risk in create brand trust. *Global Journal on Humanities and Social Sciences*, Vol.4, p.177-186.
- Costabile, M., et.al. (2002). A Dynamic Model of Customer Loyalty. Proceedings of the 31st Annual Conference of the European Marketing Academy.
- Chaudhuri, A. and 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.6 , p.81-93.
- Doney, P. M. and Cannon, J.P. (1997). An Examination of the Nature of Trust in Buyer-Seller Relationships. *Journal of Marketing*, vol.61, p.35-51.
- Jones, Kiku and Lori, Leonard. (2008). Trust in consumer-to-consumer electronic commerce. *Journal of Elsevier*.
- Kabadayi, E. T. & Alan, A. K. (2012). Brand trust and brand affect: their strategic importance on brand loyalty. *Journal of Global Strategic Management*, Vol.11, p.80-88.
- Kimery, K.M. dan McCard, M. (2002). Third-party assurances Mapping the road to trust in e-retailing. *Journal of Information Technology Theory and Application*. Vol. 4 No. 2, p. 63-82.
- Lau, Geok Then and Lee, Sook Han. (1999). Consumers Trust in a Brand and the Link to Brand Loyalty. *Journal of Market Focused Management*.
- McKnight, D. Harrison, Vivek Choudbury, Charles Kacmar. (2002). The Impact Of Initial Consumer Trust On Intentions To Transact With A Web Site: A Trust Building Model. *Journal of Startegic Information Systems*. p.297-323.
- Morgan R. and Hunt S. (1994), “The Commitment-Trust Theory of Relationship Marketing,” *Journal of Marketing*, Vol.58, p.110-124.

- Mukherjee, A., dan Nath, P. (2003). A Model of Trust in Online Relationship Banking. *International Journal of Bank Marketing*, Vol. 21, No. 1, Pp. 5-15.
- Prayekti, Aullia Rahma. (2018). Persepsi Remaja Generasi Z Di Surabaya Terhadap Preferensi Merek Situs Online Marketplace Bukalapak. *Jurnal Komunikasi Unair*.
- Santoso, Giovani & Anna Triwijayati. (2018). Gaya Pengambilan keputusan Pembelian Pakaian Secara Online Pada Generasi Z Indonesia. *Jurnal Ilmu Kel & Kons*. Vol 11 no.3 hal.231-242.
- Saragih, John Fredy B. (2012). Fenomena Bermain Generasi Z Dan Hubungannya Dengan Eksistensi Ruang Bermain Terbuka Di Lingkungan Perumahan Sederhana. *Jurnal CommTech*. Vol.3 No. 1
- Sireesha, CH., Sowjanya, V., Venkataramana, K. (2017). Cyber Security in E-Commerce. *Journal of Scientific & Engineering Research*. Volume 8, issue 5, p.187-193.
- Suci, Alfred, et.al. (2017). Analisis kepercayaan konsumen dan dampaknya terhadap perilaku pembelian online pada website OLX di Pekanbaru. *Jurnal Fakultas Ekonomi*.
- Sugara, Anang dan Rizki, Yudhi, D. (2017). Analisis Kepercayaan dan Kepuasan Terhadap Penggunaan Sistem Transaksi Jual Beli Online (Studi Pada Konsumen "Z"). *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol.52, No.1.
- Taylor, Steven A, Hunter Gary. (2003). An Exploratory Investigation Into The Antecedents Of Satisfaction, Brand Attitude, And Loyalty Within The (B2b) Ecrm Industry. *Journal of Consumer Satisfaction, Dissatisfaction & Complaining Behavior*.
- Wardani, Kusuma, N.M.S dan Saino. (2013). Pengaruh Citra Toko dan kepercayaan terhadap Keputusan Pembelian Online Shop Pada Ndy Shop. *Jurnal Manajemen*. 1 (2) : 443-452.
- Zulfikar, Muhammad Rizky dan Tri Yuniati. (2015). Pengaruh Kepercayaan Terhadap Niat Beli Pada OLX Dengan Sikap Setuju Sebagai Mediasi. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*. Vol. 4, No.9.

#### **SUMBER JURNAL ONLINE**

- Hertanto, Eko (2017, September). Metodologi Penelitian. Diambil dari website Academia.edu:

[https://www.academia.edu/34548201/Perbedaan\\_Skala\\_Likert\\_Lima\\_Skala\\_Dengan\\_Modifikasi\\_Skala\\_Likert\\_Empat\\_Skala](https://www.academia.edu/34548201/Perbedaan_Skala_Likert_Lima_Skala_Dengan_Modifikasi_Skala_Likert_Empat_Skala) (diakses pada 3 September 2018)

### **SUMBER SKRIPSI DAN DISERTASI**

Artemova, Alexandra. (2018). Engaging Generation z Through Social Media Marketing. *Bachelor's thesis business management*. University of Applied Sciences.

Saptadi, Mochamad Reza. (2016). Pengaruh Kepercayaan, Intensitas Promosi, Ilmiah. *Skripsi Manajemen*. Universitas Dian Nuswantoro.

### **SUMBER WEBSITE**

Alexa. About Alexa. Diambil dari website Alexa: [www.alexa.com](http://www.alexa.com). (diakses pada 17 September 2018).

Anjungroso, Fajar (2016, 31 Mei). Kaspersky Lab Orang di Indonesia Sering Jadi Korban Penipuan Online. diambil dari website Tribun <http://www.tribunnews.com/techno/2016/05/31/kaspersky-lab-orang-di-indonesia-sering-jadi-korban-penipuan-online>

Ayyubi, Sholahuddin Al. (2018, 12 Januari) Penipuan Belanja Online Capai Rp 2,2 Miliar Dalam 4 Bulsn. diambil dari website Kabar24 <http://kabar24.bisnis.com/read/20180112/16/726032/penipuan-belanja-online-capai-rp22-miliar-dalam-4-bulan> diakses pada 6 Desember 2018

Bappeda (2013). Potensi Kota Surabaya. Daimbil dari website Bappeda: <http://bappeda.jatimprov.go.id/bappeda/wp-content/uploads/potensi-kab-kota-2013/kota-surabaya-2013.pdf> (diakses pada 17 Juli 2018).

Bayu, Dimas (2018 , 19 Januari) Keluhan konsumen meningkat saat Hari Belanja Online Nasional (Harbolnas) pada 12 Desember 2017. diambil dari website Katadata <https://katadata.co.id/berita/2018/01/19/ykki-keluhan-terbanyak-konsumen-selama-2017-soal-toko-online>

Geller, Lois (2013, 13 Mei). Why Word Of Mouth Works. Diambil dari website Forbes: <https://www.forbes.com/sites/loisgeller/2013/05/13/why-word-of-mouth-works/#24b76fb517a5>. (diakses pada 10 Oktober)

Hadi, Samsul. (2016, 4 Januari). Surabaya Pembelanja Online Terbanyak Kedua, Kalahkan Bandung dan Yogyakarta. diambil dari website Tribun Surabaya. <http://surabaya.tribunnews.com/2016/01/04/surabaya-pembelanja-online->

terbanyak-kedua-kalahkan-bandung-dan-yogyakarta. diakses pada 6 Desember 2018

Hans (2017, 11 Desember). Kepadatan Penduduk di Surabaya. Diambil dari website Kompasiana: <https://www.kompasiana.com/hanssuryadi/5a2e95bfbde575088b226c42/kepadatan-penduduk-di-surabaya> (diakses pada 7 Oktober 2018).

Indrietta, Nieke. (2016, 19 Agustus). Surabaya Pasar Online Terbesar Kedua Setelah Jakarta. diambil dari website Tempo <https://bisnis.tempo.co/read/797285/surabaya-pasar-online-terbesar-kedua-setelah-jakarta>. diakses pada 6 Desember 2018

Kristanto, Agus (2013, 25 oktober) Perkembangan Bisnis Online di Indonesia. diambil dari website Kompasiana <https://www.kompasiana.com/aguskristianto/5528e610f17e61221a8b45ab/perkembangan-bisnis-online-di-indonesia>. diakses pada 6 Desember 2018

Kutipan Kita (2015, 1 Desember). Kekuatan Tangguh Di Balik Word Of Mouth. Diambil dari website Kompasiana: <https://www.kompasiana.com/kutipankita/565ca132349373e8068b4570/kekua-tan-tangguh-di-balik-word-of-mouth-wom> (diakses pada 10 Oktober)

Laughlin, Shepherd (2015, 2 Juni) Study: Generation Z and retail. diambil dari website J.Walter Thompson Intelligence <https://www.jwtintelligence.com/2015/06/data-point-generation-z-and-retail/>

Lazada.co. About Lazada. Diambil dari website Lazada: <https://www.lazada.co.id/about/> (diakses pada 17 September 2018).

Lubis, Mila (2016, 19 Oktober). Gen Z Konsumen Potensial Masa Depan. Diambil dari website Nielsen: <https://www.nielsen.com/id/en/press-room/2016/Gen-Z-Konsumen-Potensial-Masa-Depan.html> (diakses pada 8 Oktober 2018).

Matius, Herman (2016, 27 Agustus). Mengenal Jenis Online Marketplace. Kompasiana. Diambil dari Kompasiana website: [https://www.kompasiana.com/herman\\_matius/mengenal-jenis-online-marketplace\\_57c13dba6023bdb47c0171a](https://www.kompasiana.com/herman_matius/mengenal-jenis-online-marketplace_57c13dba6023bdb47c0171a).

Penulis (2015, 2 Oktober). Rekomendasi Word Of Mouth Masih Menjadi Iklan Paling Dipercaya oleh Konsumen Asia Tenggara. Daimbil dari website Nielsen: <https://www.nielsen.com/id/en/press-room/2015/Rekomendasi>

Word-Of-Mouth-Masih-Menjadi-Iklan-Paling-Dipercaya-Oleh-Konsumen-Asia-Tenggara.Html. (diakses pada 10 Oktober)

Penulis (2016, 2 Maret). Ternyata Orang Surabaya Paling Suka Belanja Ponsel di Online. Diambil dari website Tempo: <https://nasional.tempo.co/read/749736/ternyata-orang-surabaya-paling-suka-belanja-ponsel-di-online>

Penulis. (2016, 16 November) Transaksi E-Commerce Indonesia Naik 500% dalam 5 Tahun. diambil dari website Katadata <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2016/11/16/transaksi-e-commerce-indonesia-naik-500-dalam-5-tahun>

Penulis (2017, 20 November). 7 Karakteristik Generasi Z yang Perlu Kamu Tahu. Diambil dari website Kumparan: <https://kumparan.com/@kumparannews/7-karakteristik-generasi-z-yang-perlu-kamu-tahu>

Penulis (2018, 13 April). Berapa Data Pengguna Facebook Indonesia yang Bocor. Diambil dari website Katadata <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2018/04/13/berapa-data-pengguna-facebook-indonesia-yang-bocor> (diakses pada 17 April)

Penulis (2018, 18 September). Jawa Masih Mendominasi Penetrasi E-Commerce Indonesia. Diambil dari website Katadata <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2018/09/18/jawa-masih-mendominasi-penetrasi-e-commerce-indonesia>

Pratiwi, Winda Mizwar (2016, 14 Desember). Studi E-Commerce Indonesia 2016. Diambil dari website Slideshare: <https://www.slideshare.net/WindaMizwarPratiwi/studi-ecommerce-indonesia-2016>.

Putera, Andri Donnal. (2018, 7 September). Jumlah Pembeli Online Indonesia Capai 11,9 Persen dari Populasi. diambil dari website Kompas <https://ekonomi.kompas.com/read/2018/09/07/164100326/jumlah-pembeli-online-indonesia-capai-119-persen-dari-populasi>. diakses pada 6 Desember 2018

Saputra, Doddy. (2014, 1 April). Lazada, E-commerce yang humanis. diambil dari website Marketing <https://marketing.co.id/lazada-e-commerce-yang-humanis/> (diakses pada 26 april)

Savithri, Agnes. (2017, 17 April). Data Bocor Pengguna Facebook di Indonesia Bertambah. Diambil dari website CNN Indonesia

<https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20180417122443-185-291365/data-bocor-pengguna-facebook-di-indonesia-bertambah>. (diakses pada 22 April).

Stephanie, kimberly. (2017). 4 Tips Yang Perlu Diikuti Agar Bisnis Anda Mendapatkan Perhatian Gen Z. diambil dari website koinworks <https://koinworks.com/blog/bisnis-mendapatkan-perhatian-gen-z/> (diakses pada 20 mei)

Taber, Kelsey (2016, 2 Maret). Statistics About Using Testimonials In Marketing. Diambil dari website Boast: <https://boast.io/20-statistics-about-using-testimonials-in-marketing/>. (diakses pada 10 Oktober)

Tashandra, Nabila. (2018, 22 Maret). 80 Persen Konsumen Belanja Online Orang Muda dan Wanita. Diambil dari website Kompas <https://lifestyle.kompas.com/read/2018/03/22/155001820/80-persen-konsumen-belanja-online-orang-muda-dan-wanita>. (diakses pada 21 November 2018)

Triwijanarko, Ramadhan (2017, 28 Desember). Inilah e-Commerce yang Paling Banyak Dikunjungi di 2017. Diambil dari website Marketeers <http://marketeers.com/e-commerce-paling-banyak-dikunjungi/>

Whitler, Kimberly A (2014, 17 Juli). Why Word Of Mouth Marketing Is The Most Important Social Media. Diambil dari website Forbes <https://www.forbes.com/sites/kimberlywhitler/2014/07/17/why-word-of-mouth-marketing-is-the-most-important-social-media/#48577e8754a8>. (diakses pada 10 Oktober)

wijayani, septi. (2017, 20 Januari). Pandangan Gen Z Pada Iklan yang Perlu pemasar Ketahui. diambil dari website marketeers <https://marketeers.com/pandangan-gen-z-pada-iklan-yang-perlu-pemasar-ketahui/> (diakses pada 24 april)

Zaenudin, Ahmad. (2017, 25 Agustus). Mudahnya Data-data Pribadi Dijual di Dunia Maya. diambil dari website Tirto.id <https://tirto.id/mudahnya-data-data-pribadi-dijual-di-dunia-maya-cviZ>. (diakses pada 17 April)

Zuhra, Wan Ulfa Nur, (2017, 2 Agustus). Kelahiran Generasi Z, Kematian Media Cetak. diambil dari website Tirto.id <https://tirto.id/kelahiran-generasi-z-kematian-media-cetak-ctLa> (diakses 17 April)