

## DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, Suharsimi. 2009. *Metodelogi penelitian*. Yogyakarta: Bina Aksara.
- Barnes, dan James, G. (2003). *Secret of customer relationship management*. (Andreas Winardi, Penerjemah). Yogyakarta: Andi
- Basu, Swasta Dharmesta. (1996), *Azaz – azaz marketing*. Edisi III. Yogyakarta : Liberty
- Bloemer, J. and Kasper, H. (1995), “The complex relationship between consumer satisfaction and brand loyalty”, *Journal of Economic Psychology*, Vol. 16 No. 2, pp. 183-201.
- Chen, S. C. and Dhillon, G.S. (2003). ‘Interpreting Dimensions of Consumer Trust in E-Commerce’, *Information Technology and Management*, 4: 303-313.
- Delgado, E., Munuera, J.L. (2001), *Brand Trust In The Context Of Consumer Loyalty*, *European Journal Of Marketing*, Vol. 35 No 11/12, pp.1238-1238.
- Djaali, (2008). *Skala likert*. Jakarta: Pustaka Utama
- Fraenkel, J.R dan Wellen, N.E. 2008. *How to Design and Evaluate research in Education*. New York: McGraw-Hill.
- Ghozali, Imam. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 21*. Edisi 7. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2006). *Structural Equation Modelling Metode Alternatif dengan Partial Least Square (PLS)*. Semarang: Badan Penerbit UNDIP
- Ghozali, Imam. 2006. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Cetakan Keempat. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. 2011. “*Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*”. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

- Hair, Joseph F., JR., Rolp E Anderson, Ronald L, Tatham and, William L Black.  
(1998), *Multivariate data Analysis*, 5 th ed, USA : Prentice Hall International,  
Inc.
- Hasan, I., 2002, *Pokok-pokok Materi Teori Pengambilan Keputusan*, Jakarta: Ghalia  
Indonesia.
- [http://eprints.uny.ac.id/41331/1/ArisIrnandha\\_14808147003.pdf](http://eprints.uny.ac.id/41331/1/ArisIrnandha_14808147003.pdf)
- <https://www.rumah.com/berita-properti/2018/3/170414/rumah-com-sentiment-index-peminat-apartemen-terus-bertumbuh>
- Kerlinger (1973:18) & Tuckman (1982:5).pengertian hipotesis. Diakses dari web  
Tanggal 27 Mei 2016 pukul 22.43. <http://hendristkip/2015/03/>
- Kiyosaki, Robert, *Cash Flow Quadrant*, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2001.
- Kotler dan Keller.(2009), *Marketing Manajemen*, jilid 1.Edisi ke-13. Jakarta: Erlangga
- Kotler dan Philip.(2000). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT. Prenhallindo
- Kotler, P dan Gary Armstrong.(2008). *Prinsip-prinsip Pemasaran*.Edisi Ke-12 Jilid  
1.Jakarta : Erlangga.
- Koufaris, M., dan Sosa, W.H., (2004). The Development Of Initial Trust In An Online  
Company By New Customers, *Information & Management* 41 (2004) 377–397.
- Kuncoro, M. 2013. *Metode Riset untuk Bisnis & Ekonomi: Bagaimana Meneliti dan  
Menulis Tesis?* Jakarta: Penerbit Erlangga
- Lau, G.T. and Lee, S.H., 1999, Consumers' Trust in a Brand and the Link to Brand  
Loyalty, *Journal of Market Focused Management*, vol 4, pp 341-37
- Lo, Benny, *Property Moderat*, Yogyakarta: Andy Publisher, 2010.

- Lupiyoadi, Rambat, "Manajemen Pemasaran Jasa Teori dan Praktik", SalembaEmpat. Jakarta, 2011
- M. Mursid. 1993. Manajemen Pemasaran. Jakarta. Bumi Aksara
- Mahkota, A.P., Suyadi, I., Riyadi. (2014). Pengaruh kepercayaan dan kenyamanan terhadap keputusan pembelian online (Studi Pada Pelanggan Website Ride Inc). Jurnal Administrasi Bisnis Vol. 8 No. 2
- Mayer, R.C., Davis, H.M., and Schoorman, F.D, (1995). An Integrative Model of Organizational Trust. The Academy of Management Review, Vol. 20, No. 3, pp. 709-734 Media Komputindo 2008
- Moorman, C., Deshpandé, R., and Zaltman, G., (1993). Factors Affecting Trust in Market Research Relationships. Journal of Marketing, Vol. 57, No. 1, pp. 81-101
- Morgan, R.M., dan Hunt, S.D. (1994). The comitmenment trush-t theory of relationship markering. Journal Of Marketing, 58, 20-38
- Muanas, Arif. (2014). Perilaku Konsumen. Yogyakarta: CV. Gerbang Media Aksara.
- Muanas, Arif. (2014). Perilaku Konsumen. Yogyakarta: CV. Gerbang Media Aksara.
- Normasari, Kumadji, dan Kusumawati. 2013. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan, Citra Perusahaan, dan Loyalitas Pelanggan (Survey Tamu Pelanggan yang Menginap di Hotel Pelangi Malang). Jurnal Administrasi Bisnis (JAB).
- Parasuraman, A., Valerie A. Zeithaml, and Leonard L. Berry,. 1988."SERVQUAL : A Multiple Item Scalefor measuring Consumer Perception of Service Quality." Journal of Marketing, vol 64, p 12-40 Pustaka Utama.
- Roos, Dolf de, Phd, *Real Estate Riches: Kiat Menjadi Kaya Menggunakan UangBankir Anda*, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama

- Sangadji, M.E., dan Sopiah. (2013). Perilaku konsumen. Yogyakarta: C.V Andi.
- Santoso, Budi, Profit Berlipat dengan Investasi Tanah dan Rumah, Jakarta: Elex
- Sastra M., Suparno dan Marlina, Endy. 2005. Perencanaan Dan Pengembangan Perumahan, C.V Andi Offset, Jogjakarta.
- Schiffman and Lazar Kanuk (2000). Costumer behavior. Internasional Edition: Prentice Hall.
- Shandy Widjojo Putro., Hatane Samuel, Ritzky Karina M.R Brahmana. 2014. Pengaruh Kualitas Layanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Konsumen Restoran Happy Garden Surabaya. Jurnal Manajemen Pemasaran. Vol.2, No.1
- Simamora, B. (2004), Panduan Riset Perilaku konsumen. Jakarta: PT. Gramedia
- Sirdeshmukh, D., Singh, J., dan Sabol, B. (2002). Consumer trust, value, and loyalty in relational exchanger. Journal Of Marketing, vol. 66, No.1, pp, 15-37.
- Sugiyono. 2010. Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. 2011. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: Afabeta
- Sukma, A. (2012). Analisis Faktor-Faktor yang mempengaruhi Keputusan Pembelian melalui social networking websites, Jurnal Ekonomi Manajemen, 2012.
- Sunyoto, Danang. 2012. Konsep Dasar Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen, Cetakan Pertama. Yogyakarta. CAPS(Center for Academic Publishing Service).
- Suryani, Tatik. (2008). Perilaku Konsumen Implikasi pada Strategi Pemasaran. Yogyakarta: Graha Ilmu.

Tjiptono, Fandy dan Chandra, Gregorius, (2005), *Service, Quality, and Satisfaction*, edisi pertama, Yogyakarta : Andi Offset

Tjiptono, Fandy. 2001. *Strategi Pemasaran*. Edisi Pertama. Andi Offset. Yogyakarta.

Wahyuningtyas, Y.F dan Widiastuti, (2015), *Analisis Pengaruh Persepsi Risiko, Kemudahan, dan Manfaat terhadap Keputusan Pembelian secara Online (studi pada konsumen barang fashion di facebook)*, Vol. 23, No. 2, 112- 120.