

## DAFTAR PUSTAKA

- Alba, J. 1997. Interacyive home shopping: Consumer, retailer, and manufacture incentive to participate in electronic marketplace, *Journal of Marketing*, 61 ,38-53.
- Anderson, T.W., 1971, Identifying the Convenience Oriented Consumer. *Journal of Marketing Research*, 8, 179-183.
- Arikunto, S. 1998. *Prosedur penelitian*, Rineka Cipta Yogyakarta.
- Asakawa, M. 2008 The Influences consumer's perception of net shopping on net shopping behaviour. *The Bulletin of Bunkyo Women's Junior College*.
- Burke, R R. 1997. Real shopping in virtual stores. In Stephen P. Bradley and Richard L. Nolan (Eds) , *Sense and respond : Capturing the value in the network area*. Boston,MA: Harvard Bussiness School.
- Chiang, K P. 2003. Factors Driving Consumer Intention to Shop Online. *Journal of Consumer Psychology*,13 (1&2) ,177-1
- China Internet Network Information Center (CNNIC),”20<sup>TH</sup> *China Internet Development Report*” 2007.
- Claxton, J D., & Ritchie,J.R. Brent. 1997. Consumer prepurchase shopping problems: A focus on the retailing component. *Journal of Retailing*,55 , 24-43
- Esthi, D. 2008, *Analisis faktor yang memepengaruhi minat beli konsumen terhadap layanan internet M banking* (Studi kasus Pada Karyawan Departemen Pekerjaan Umum Jakarta),Universitas Diponegoro, Semarang.
- Eko, Pradita S. 2009. *Analisis Kualitas Pelayanan terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan Pusat Kebugaran Tubuh Paus Gym Semarang*,Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi,Universitas Negeri Semarang.
- Ghozali, Imam. 2002, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program SPSS* , Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.

- Holbrook, M.B., 1986, Emotion in the Consumption Experience: Toward: a New Model of the Human Consumer, In R.A. Peterson et al. (Eds.), *The Role of affect in Consumer Behavior. Emerging Theories and applications* (pp. 17-52)' Lexington, MA: Heath.
- Indrakusuma, J. 2008. Analisis Multialtribute yang Mempengaruhi Preferensi Belanja Online Produk Tiket Pesawat di Kalangan Mahasiswa UKWMS. *The 2<sup>nd</sup> National Conference*, Universitas Widya Mandala, Surabaya.
- Jarvenpaa, S. L., & Todd, P. A. 1997. Consumer reactions to electronic shopping on the world wide web. *International Journal of Electronic Commerce*, 1, 59–88.
- Hansen, Robert A. & Deutscher, Terry. 1977-1978. An empirical investigation of attribute Importance in retail store selection. *Journal of Retailing*, 53, 59-72.
- Klein, Lisa R. 1998. Evaluating the potential of interactive media through a new lens: Search versus experience goods. *Journal of business Research*, 41, 195-203.
- Kotler, Philip. 2000. *Manajemen Pemasaran, Analisis Perencanaan, Pengendalian*, Prentice Hall, Edisi Bahasa Indonesia, Jakarta: Salemba 4.
- Kotler, Philip. 2005. *Manajemen Pemasaran*, Edisi kesebelas jilid 1, Jakarta: PT.Indeks Kelompok Gramedia.
- LaRose, Robert and Matthew E. S., 2004, Is Online Buying Out of Control? Electronic Commerce and Consumer Self-Regulation. *Journal of Broadcasting and Electronic Media*, vol.46,no. 4, 549-564
- Na Wang, DongChangLiu, Jun Cheng, 2008," Study on The Influencing Factors of Online Shopping", *Proceeding of The 11<sup>th</sup> conference on information sciences*.Jilin University, China.
- Nelson, Philip J. 1974. Advertising as information. *Journal of Political Economy*, 82, 729–754.
- Oharian, Roobina & Tashchian, Armen. 1992. Consumer's shopping effort and evaluation Of store image attributes: The roles of purchasing involvement and recreational shopping Interest. *Journal of Applied Business Research*, 8, 40-49.

- Peterson, Robert. A, Balasubramanian, Sridhar & Bromenberg, Bart J. 1997. Exploring the implications of the internet for consumer marketing. *Journal of the marketing of the Academy of Marketing Science*, 25, 329-346.
- Priguna, S. 2010. *Paypal menawarkan Kenyamanan Belanja Online Shop di pasar E-Commerce*.
- Reed, S. 1999, October 25). *Online shopping? You Bet!* Infoworld, 91.
- Schiffman, I.G., & Leslie L.K., 2004. *Consumer 8<sup>th</sup> Behavior*. edition. Prentice Hall, New Jersey.
- Setyoko, Afri. 1999. *Analisa Perilaku Konsumen Dalam Melakukan Pembelian Pada Swalayan Mitra Palur Karanganyar*, Penelitian Program Sarjana Universitas Muhammadiyah, Surakarta.
- Stuart L. Esrock. 1999. Online Shopping: To Buy or Not to Buy? *American Communication Journal*, Vol 1.2.3.
- Sugiyono. 2008. *Metode Penelitian Bisnis*, Edisi kesebelas, Bandung : CV. Alfabeta.
- Suyoto, Mario Christi. 2006. *Analisis faktor-faktor yang dapat meningkatkan kepercayaan pelanggan untuk melakukan online shop*. Studi kasus pada pengguna online shop pelanggan makanan kesehatan PT. Trias Sukses Dinamika di kota Semarang, Universitas Diponegoro, Semarang.
- Swastha Dh, Basu, dan Handoko, Hani. 1997. *Manajemen Pemasaran Analisis Perilaku Konsumen*, Edisi tiga, Yogyakarta: Liberty.
- Umar, Husein. 2005. *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*, PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.

NO	NAMA	Jenis Kelamin	Alamat	Q1	Q2	Q3	Q4	Q5	Q6	Q7	Q8	Q9	Q10	Q11	Q12	Q13	Q14	Q15	Q16	Q17	Q18	Q19	Q20
1	Heru	L	Semarang	5	5	5	5	4	3	3	5	3	1	5	4	4	3	5	4	4	4	5	4
2	Laniawati	P	Semarang	3	4	4	5	3	2	3	5	3	1	4	4	4	3	5	3	3	5	4	3
3	Fitria	P	Semarang	4	5	4	5	5	4	4	4	4	2	4	5	2	4	3	3	3	3	4	4
4	Angelina	P	Semarang	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	5	5	5	5	3	3	3	3	4	4
5	Stansilaus	L	Semarang	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	3	3	3	4	4
6	Prizelia	P	Semarang	5	3	4	5	3	4	4	3	4	3	5	5	5	4	3	3	3	3	4	4
7	Christine	P	Semarang	4	5	4	5	3	3	3	4	3	2	4	5	3	3	2	3	3	3	4	4
8	Erwin	L	Semarang	4	3	4	4	5	3	2	2	3	2	4	4	5	3	4	3	3	3	4	4
9	Paulina	P	Semarang	5	5	4	5	5	4	4	4	4	3	5	5	5	4	3	3	3	3	4	4
10	Andre	L	Semarang	3	5	5	5	4	3	3	4	2	1	3	4	4	2	4	3	4	4	4	4
11	Patricia	P	Semarang	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	5	5	4	5	3	3	3	4	4
12	Naomi	P	Semarang	3	4	5	5	5	4	4	4	4	1	3	4	4	4	4	2	3	3	3	4
13	Yopi	L	Semarang	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	5	5	5	4	4	3	4	4	4	4
14	Lany	P	Semarang	5	5	5	5	5	4	5	5	5	1	5	5	3	4	4	2	3	3	3	4
15	Budi	L	Semarang	5	5	5	5	5	4	4	4	4	3	5	5	5	5	5	2	3	3	3	4
16	Richard	L	Semarang	4	4	4	4	4	3	3	5	3	1	4	5	3	5	4	4	5	5	4	4
17	Steven	L	Semarang	5	4	4	4	4	5	5	4	4	4	5	5	5	3	4	4	4	4	5	3
18	Rizky	P	Semarang	3	3	3	4	5	5	5	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	4
19	Kiki	P	Semarang	3	3	3	3	4	4	4	3	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	5	4
20	Edo	L	Semarang	4	4	4	3	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	4
21	Jimmy	P	Palembang	3	3	3	3	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	5	4
22	Sephintia	P	Surabaya	3	3	3	4	3	4	3	3	5	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	4
23	Michael	L	Tangerang	4	3	3	5	4	4	4	3	3	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5
24	Debby	P	Jakarta	3	3	3	4	4	4	4	3	3	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
25	Christine	P	Pamulang	4	4	4	5	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5
26	Agus	L	Surabaya	4	3	3	5	4	4	5	2	2	3	4	4	3	3	5	4	4	4	4	4
27	Fiona	P	Jakarta	4	4	4	5	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4
28	Aditya	L	Solo	4	3	3	5	5	5	5	2	2	3	4	4	3	3	5	4	4	4	4	4
29	Tonny	L	Purwokerto	4	4	4	5	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	5	4	3	3	4	4
30	Tommy	L	Malang	4	4	4	5	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	4



# KUESIONER

Nama:

Jenis kelamin: L / P

Alamat:

No telepon / HP:

## ***Pembelian Online***

### **Mengenai privacy**

1. Saya percaya toko belanja *online* menjaga privasi data diri saya
  - a. Sangat tidak setuju
  - b. Tidak setuju
  - c. Ragu
  - d. Setuju
  - e. Sangat setuju
2. Saya bersedia memasukkan data diri saya untuk belanja *online* yang berhubungan dengan alamat dan nomer telepon/handphone
  - a. Sangat tidak setuju
  - b. Tidak setuju
  - c. Ragu
  - d. Setuju
  - e. Sangat setuju

### **Mengenai keamanan**

3. Saya hanya ingin berbelanja di toko belanja *online* yang menggunakan jasa pengiriman terkemuka, (seperti TIKI, JNE )
  - a. Sangat tidak setuju
  - b. Tidak setuju
  - c. Ragu
  - d. Setuju
  - e. Sangat setuju
4. Saya hanya ingin berbelanja di toko belanja *online* yang memberikan jaminan barang rusak saat pengiriman
  - a. Sangat tidak setuju
  - b. Tidak setuju
  - c. Ragu
  - d. Setuju
  - e. Sangat setuju

**Mengenai nilai (*value*)**

5. Saya hanya akan belanja di toko belanja *online* yang menampilkan informasi produk secara up to date/ terkini

- a. Sangat tidak setuju   b. Tidak setuju   c. Ragu   d. Setuju   e. Sangat setuju

6. Saya akan belanja di toko belanja *online* yang memiliki tampilan menarik

- a. Sangat tidak setuju   b. Tidak setuju   c. Ragu   d. Setuju   e. Sangat setuju

**Mengenai pendekatan**

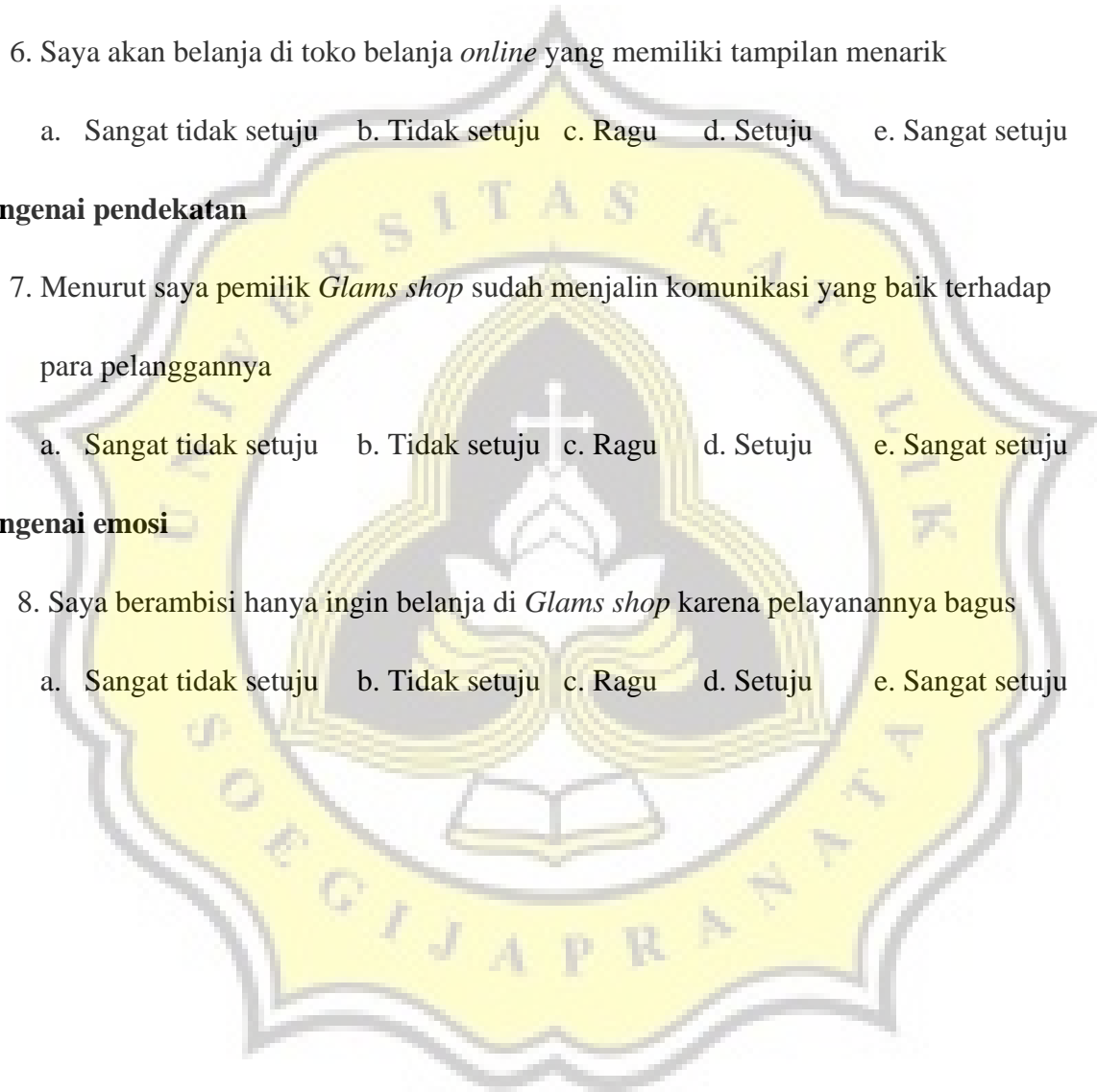
7. Menurut saya pemilik *Glams shop* sudah menjalin komunikasi yang baik terhadap para pelanggannya

- a. Sangat tidak setuju   b. Tidak setuju   c. Ragu   d. Setuju   e. Sangat setuju

**Mengenai emosi**

8. Saya berambisi hanya ingin belanja di *Glams shop* karena pelayanannya bagus

- a. Sangat tidak setuju   b. Tidak setuju   c. Ragu   d. Setuju   e. Sangat setuju



## ***Kenyamanan (Convenience)***

### **Mengenai kenyamanan**

1. Saya dapat menemukan semua barang yang saya inginkan dalam *Glams shop*
  - a. Sangat tidak setuju
  - b. Tidak setuju
  - c. Ragu
  - d. Setuju
  - e. Sangat setuju
2. Saya bisa melakukan belanja melalui toko belanja *online* kapan saja dan di mana saja
  - a. Sangat tidak setuju
  - b. Tidak setuju
  - c. Ragu
  - d. Setuju
  - e. Sangat setuju

### **Mengenai pelayanan**

3. Pelayanan yang diberikan *Glams shop* sudah bagus
  - a. Sangat tidak setuju
  - b. Tidak setuju
  - c. Ragu
  - d. Setuju
  - e. Sangat setuju
4. *Glams shop* sering memberikan ekstra pelayanan untuk *customer* yang sering berbelanja
  - a. Sangat tidak setuju
  - b. Tidak setuju
  - c. Ragu
  - d. Setuju
  - e. Sangat setuju

## ***Harga (Price)***

### **Mengenai kesesuaian harga dengan kualitas produk**

1. Menurut saya harga produk dengan kualitas produk dalam *online shop* sudah seimbang
  - a. Sangat tidak setuju
  - b. Tidak setuju
  - c. Ragu
  - d. Setuju
  - e. Sangat setuju
2. Harga dan kualitas produk yang ditawarkan *Glams shop* sesuai
  - a. Sangat tidak setuju
  - b. Tidak setuju
  - c. Ragu
  - d. Setuju
  - e. Sangat setuju

### **Mengenai keterjangkauan harga**

3. Menurut saya, mengenai tarif ongkos kirim produk *online* itu terjangkau
  - a. Sangat tidak setuju
  - b. Tidak setuju
  - c. Ragu
  - d. Setuju
  - e. Sangat setuju
  
4. Semua produk yang dijual dalam *Glams shop* bisa dijangkau oleh semua kalangan
  - a. Sangat tidak setuju
  - b. Tidak setuju
  - c. Ragu
  - d. Setuju
  - e. Sangat setuju

### **Mengenai perbandingan harga yang ditawarkan *Glams shop* dengan *online shop* lain**

5. *Glams shop* sudah menawarkan harga lebih murah daripada harga *counter*
  - a. Sangat tidak setuju
  - b. Tidak setuju
  - c. Ragu
  - d. Setuju
  - e. Sangat setuju

### ***Tipe produk (Product Type)***

1. Semua produk dalam *Glams shop* adalah unik
  - a. Sangat tidak setuju
  - b. Tidak setuju
  - c. Ragu
  - d. Setuju
  - e. Sangat setuju
  
2. Menurut saya, tas / dompet berkualitas premium memiliki kualitas sama seperti aslinya
  - a. Sangat tidak setuju
  - b. Tidak setuju
  - c. Ragu
  - d. Setuju
  - e. Sangat setuju
  
3. Saya paling sering berbelanja aksesoris dalam *Glams shop*
  - a. Sangat tidak setuju
  - b. Tidak setuju
  - c. Ragu
  - d. Setuju
  - e. Sangat setuju