DAFTAR PUSTAKA

Abdullah, Thamrin & Tantri, Franciss. (2012). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta, PT. RAJAGRAFINDO PERSADA.

antaranews.com. (2015, Mei 25). *http://www.antarasulsel.com/berita/65170/profil-ceo-bukalapakcom-achmad-zaky*. Retrieved Maret 5, 2016, from www.antarasulsel.com: www.antarasulsel.com

Bukalapak. (2011, Januari 10). *https://blog.bukalapak.com/*. Retrieved Maret 5, 2016, from Bukalapak: www.bukalapak.com

Childers, E. C., & H.Williams, K. (2012). Place branding: creating self-brand connections and brand advocacy. *Journal of Product & Brand Management*, 508 - 515.

Desnet. (2015, Mei 4). *: http://des.net.id/internet-bagi-pertumbuhan-bisnis-di-indonesia/*. Retrieved Maret 12, 2016, from des.net.id: des.net.id

Ghandi, T. M. (2014). *Studi Komparatif bauran Promosi Pada Maskapai Lion Air dan Sriwijaya Air untuk Penerbangan Domestik* . Indonesia: 2014.

Hidayat, A. M., Wibowo, S., & Hidayat, R. (2012). Studi Komparatif Faktor-Faktor Consumer Oriented Promotion yang Memengaruhi Keputusan Pembelian Di Supermarket Studi Kasus (Matahari Dept. Store & Toreba Yogya) Bandung 2012. *Studi Komparatif Faktor-Faktor Consumer Oriented Promotion yang Memengaruhi Keputusan Pembelian Di Supermarket*, 11-12. Proceeding Unbraw tahun 2012

Hidayat, R. (2014). Pengaruh Kepuasan Konnsumen Terhadap Keputusan Pembelian Philips (Studi Kasus pada Mahasiswa Telkom University). *Pengaruh Kepuasan Konnsumen Terhadap Keputusan Pembelian Philips*, 4--5. Jurnal promark vol. 1 tahun 2012 ISSN 2086-4175

Jakarta Open Data . (2015, Mei 19). *http://data.jakarta.go.id/dataset/jumlahperusahaandantenagakerjaindustribesardansedangdkijakarta*. Retrieved Maret 5, 2016, from data.jakarta.go.id: http://data.jakarta.go.id/dataset/jumlahperusahaandantenagakerjaindustribesardansedangdkijakarta/resource/1dafe8bf-1136-4138-a9ac-417ec0115da6

Karjaluoto, L. H., & Maarit, H. S. (2015). Industrial branding in the digital age. *Business & Industrial*, 733 - 741.

Kompas.com. (2014, Oktober 13). *http://bisniskeuangan.kompas.com/read/2014/10/13/084300126/Ketika.Orang.Indonesia.Lebih.Senang.Belanja.Online*. Retrieved Maret 12, 2016, from www.kompas.com: http://bisniskeuangan.kompas.com/

kompasiana.com. (2014, Februari 10). *http://www.kompasiana.com/manajemenbisnis.info/ini-5-website-jual-beli-dengan-kunjungan-terbanyak-di-indonesia_552abc87f17e619938d623c4*. Retrieved Maret 12, 2016, from kompasiana.com: kompasiana.com

Kotler, P., & Amstrong, G. (2012). *Variety-Seeking Buying Behavior.* England: 2014.

Maarit, H. S., & Karjaluoto, L. H. (2015). Industrial branding in the digital age. *Business & Industrial*, 733 - 741.

Mulyatiningsih, E. (2012). Tanggapan Responden. In *Metode Penelitian Terapan Bidang Pendidikan* (p. 29). Bandung: Alfabeta.

Safitri, A. (2014). *Pengaruh Viral Marketing Produk Mastin Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen.* Bandung: 2014.

Ulkuniemi, N. P. (2015). The Role of Digital Channels in Industrial Marketing Communications. *Journal of Business & Industrial Marketing*, 703 - 710.

Washburn, J. H., & Till Randi Priluck, B. D. (2000). Co-branding: brand equity and trial effects. *journal of consumer*, 591 - 604.