

DAFTAR PUSTAKA

- Adam, R. (2020, Januari). Jadi e-commerce paling dikomplain, ini penjelasan Bukalapak dan JD.ID. Retrieved from <https://infokomputer.grid.id/read/121990599/jadi-e-commerce-paling-banyak-dikomplain-ini-penjelasan-bukalapak-dan-jdid?page=all>.
- Ai, R. R. (2019, Oktober). Pengguna e-commerce terbesar ada di Bandung. Retrieved from <https://www.pikiran-rakyat.com/ekonomi/pr-01321279/pengguna-e-commerce-terbesar-ada-di-bandung?page=2>.
- Andi, D. R. (2021). Data tren pengguna internet dan media sosial di Indonesia tahun 2021. Retrieved from <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2021/>.
- Annisa, A. (2022). Marketplace 2022. Retrieved from <https://www.ukmindonesia.id/baca-deskripsi-posts/marketplace>
- A, Shimp, Terence. 2010. Periklanan Promosi & Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu. Jakarta: Erlangga.
- Bukalapak. (2020) Ketentuan feedback penjualan. Retrieved from <https://www.bukalapak.com/bantuan/sebagai-pelapak/reputasi-pelapak/feedback-penjualan-sebagai-pelapak>.
- Burhan, F.A. (2021). Pendapatan Bukalapak melonjak berkat bisnis warung. Retrieved from <https://katadata.co.id/yuliawati/digital/616e72b50f426/pendapatan-bukalapak-melonjak-berkat-bisnis-war>
- Candra, A., & Hermawan, D. (2013). E-Business & E-Commerce. Yogyakarta: Andi.
- Dailysosial.id. (2021). Riset: Tokopedia jadi platform paling sering digunakan untuk jualan online. Retrieved from <https://dailysocial.id/post/riset-tokopedia-jadi-platform-paling-sering-digunakan-untuk-jualan-online>.

- Durianto, D. (2014). Strategi Menaklukkan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Merek. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Goyette, et al., (2010), E-Wom : Word of Mouth Measurement Scale for E-Service Journal of Administrative Sciences, Volume 27: 5-23.
- Gruen, T.W et al (2006), e-WOM: The Impact Of Customer-To-Customer Online Knowhow Exchange On Customer Value And Loyalty. Journal Of Business Research. Vol. 59. No.4, Pp. 449-456.
- Hasan, Ali. (2010). Marketing dari Mulut ke Mulut. Yogyakarta: Media Pressindo.
- Idngrafis.com. (2020). Download logo Bukalapak terbaru 2020 vektor. Retrieved <https://www.idngrafis.com/2020/05/download-logo-bukalapak-terbaru-2020.html>.
- I Putu Agus Eka Pratama. (2015). E-commerce, E-bisnis dan Mobile Commerce. Bandung: Informatika.
- Jalilvand, M.R., & Samiei, N. (2012). The Effect of Electronic Word of Mouth on Brand image and Purchase Intention: An empirical study in the automobile industry in Iran. Marketing Intelligence & Planning. Vol. 30 Iss:4.
- Javadi, M. M. (2012). An analysis of factors affecting on online shopping behavior of consumers. Internasional Journal of Marketing Studies. 4(5), 81-82. Retrieved from <http://www.ccsenet-.org/journal/index.php/ijms/article/view-/18487> .
- Katadata, & Sirclo (2021). Mayoritas konsumen pilih belanja online di took resmi. Retrieved from <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/10/27/mayoritas-konsumen-pilih-belanja-online-di-toko-resmi> .
- Kredivo. (2020). Perilaku konsumen e-commerce Indonesia. Retrieved from <https://katadata.co.id/perilaku-ecommerce> .
- Kotler, K. (2009). Manajemen Pemasaran 1.Edisi ketiga belas. Jakarta: Erlangga.

- Mowen, J.C., & Minor, M. (2012). *Perilaku Konsumen* dialih bahasakan oleh Dwi Kartika Yahya. Jakarta : Erlangga.
- Novita, S., Saputra, M., & Husein, J. (2017). Pengaruh Electronic Word Of Mouth terhadap Keputusan Pembelian pada toko online Bukalapak.Com.
- Parasuraman, A., & Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1985). A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research. *Journal of Marketing*.
- Philip, K., & Keller, L.K. (2016). *Marketing Manajement*, 15th Edition New Jersey: Pearson Pretice Hall. Inc.
- Philip, K., & Keller. (2008). *Manajemen Pemasaran*. Edisi Ketigabelas. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Philip, K., & Gary, A. (2013). *Prinsip-prinsip Pemasaran*, Edisi ke-12. Penerbit : Erlangga.
- Philip, K., & Gary, A. (2008). *Prinsip-prinsip pemasaran*. Edisi 12. Jilid 1.
- Populix. (2020). Menelusuri tren lebih jauh belanja online Masyarakat Indonesia. Retrieved from <https://info.populix.co/articles/tren-belanja-online-masyarakat-indonesia/> .
- Populix. (2020). 5 e-commerce Indonesia paling banyak dikunjungi menurut data. Retrieved from <https://info.populix.co/articles/ecommerce-indonesia/> .
- Pahlevi, R. (2021). Berapa nilai transaksi e-commerce di Indonesia setiap jam?. Retrieved from <https://katadata.co.id/ariayudhistira/infografik/61c9230ccaf65/berapa-nilai-transaksi-e-commerce-indonesia-setiap-jam>.
- Pahlevi, R. (2021). Bukalapak catatkan pendapatan sebesar Rp.1,34 triliun pada September 2021. Retrieved from <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/12/14/bukalapak-catatkan-pendapatan-rp-134-triliun-pada-januari-september-2021>.

- Playstore. (2022). Ulasan dari playstore aplikasi Bukalapak. Retrieved from <https://play.google.com/store/search?q=bukalapak&c=apps>.
- Priansa, D.J. (2017). Perilaku Konsumen. Alfabeta.
- Priansa, D. J. (2017). Komunikasi Pemasaran Terpadu. Alfabeta.
- Sandy, P.J., Therry S., & Regina J. (2020). Pengaruh Persepsi Nilai terhadap Kepuasan Konsumen di Jokopi Untung Suropati Surabaya.
- Solomon, Michael R. (2011). Consumer Behavior : Buying, Having and Being, 9th ed.,. New Jersey: Pearson Addison Wesley.
- Solomon, Michael R. (2013). Consumer Behavior : Buying, Having and Being, 10th ed. Pearson education limited, England.
- Sumonowati, T., & Khotimah, H. (2021). Pengaruh Electronic Word Of Mouth dan Persepsi Nilai terhadap Keputusan Pembelian pada Situs Lazada.
- Sumarwan, U. (2018). Riset Pemasaran dan Konsumen, Panduan Riset dan Kajian: Kepuasan, Perilaku Pembelian, Gaya Hidup, Loyalitas, dan Persepsi Risiko. Bogor: IPB Press.
- Sugiyono. (2017). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Alfabeta.
- Trentech. ID. (2018). Laporan Terbaru eIQ Lanskap E-commerce di Indonesia dari Perspektif Konsumen. Retrieved from <https://www.trentech.id/laporan-terbaru-eiq-lanskap-e-commerce-di-indonesia-dari-perspektif-konsumen/>.
- William, J.S. (2012). Prinsip pemasaran, alih bahasa: Yohanes Lamarto. Penerbit Erlangga, Jakarta.
- Winatadewi, W., & Aulia, P. (2020). The Effect Of Electronic Word Of Mouth On Purchase Decision On Ecommerce Bukalapak In Bandung.

Yosi, A. (2020). Ketidakpuasaan konsumen dengan pengalaman digital (berdasarkan Negara Retrieved from <https://www.batukita.com/2020/09/45-persen-konsumen-indonesia-kecewa-situs-ecommerce.html>.