

DAFTAR PUSTAKA

Jurnal dan Penelitian Ilmiah:

Alibaba Group berinvestasi besar di Tokopedia, <https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20170817201937-185-235487/tokopedia-dapat-suntikan-rp147-triliun-dari-alibaba/>, diakses 2 Oktober 2017

Althaf Revi Kanitra dan Andriani Kusumawati (2018). Pengaruh *Country of Origin* dan *Online Customer Review* terhadap Trust dan Keputusan Pembelian. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*|Vol. 61 No.1 Agustus 2018.

Citra Sugianto Putri (2016). *Pengaruh Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Cherie Melalui Minat Beli*. *Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis Volume 1, Nomor 5, Desember 2016*.

Dedi Purwana ES, Rahmi, Shandy Aditya (2016). Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Kelurahan Malaka Sari, Duren Sawit. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Madani (JPMM) E-ISSN: 2580-4332 Vol. 1 No. 1 Juli 2017*

Harwindra Yoga Prasetya dan Adi Nurmahdi (2017). Pengaruh Pemasaran Digital dan Perilaku Online Konsumen pada Peningkatan Kesadaran Konsumen dan Dampaknya terhadap Keputusan Pembelian Via Website.

Hermawan, A. (2006). *Penelitian Bisnis Paradigma Kuantitatif*. Jakarta: Gramedia Widiasarana Indonesia
<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2018/02/07/produksi-fesyen-dan-kecantikan-paling-diminati-di-belanja-online>

Iqbal Al Khazim (2016). Pengaruh Strategi Internet Marketing terhadap Perilaku Konsumen Lazada.co.id dalam berbelanja Online melalui variabel Electronic Word of Mouth (e-WoM) *Jurnal Ekonomi Bisnis Volume 21 No.2, Agustus 2016*.

K.R. Mahalaxmi and P. Ranjith (2016). *A Study on Impact of Digital Marketing in Customer Purchase Decision in Trichy*. *IJRST –International Journal for Innovative Research in Science & Technology*| Volume 2 | Issue 10 | March 2016, SSN (online): 2349-6010

Kenneth Saudjana (2016). *Analisis Pengaruh Kepuasan Konsumen, Harga, Waktu, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Konsumen Untuk Membeli Melalui Toko Online*. *JURNAL BISNIS DAN MANAJEMEN*/Volume 53/No.12/Desember -2016 : 88-109.

Khan, F., & Siddiqui, K. (2013). The Importance of Digital Marketing: An Exploratory Study to Find The Perception and Effectiveness of Digital

Marketing amongst The Marketing Professionals in Pakistan. *Journal of Information Systems and Operations Management* , 1-8.

Kotler, P., dan Keller, K.L. 2009. *Marketing Management*, 12th edition. Benyamin Molan (penerjemah) Manajemen Pemasaran, Edisi 12, Jilid 1. Jakarta: Index.

Lubiana Mileva dan Achmad Fauzi DH (2018). Pengaruh Social Media Marketing terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*|Vol. 58 No. 1 Mei 2018

Mitha Febriana dan Edy Yulianto (2018). Pengaruh *Online Review Customer* oleh *Beauty Vlogger* terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*|Vol. 58 No. 1 Mei 2018.

Ni Putu Widantari Suandana, Ketut Rahyuda, Ni Nyoman Kerti Yasa (2016). *Pengaruh Pengalaman Membeli Produk Fashion Terhadap Niat Membeli Kembali melalui Kepuasan dan Kepercayaan Pelanggan*. *Jurnal Manajemen, Strategi Bisnis dan Kewirausahaan* Vol. 10, No. 1, Februari 2016

Nur Laili Hidayati. (2018). *Pengaruh Viral Marketing, Online Consumer Reviews Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Shopee Di Surabaya*. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)* . Volume 06 Nomor 03 Tahun 2018 ISSN: 2337-6708

Parastanti, GP., Srikandi, K., dan Kadarisman, H. 2014. Pengaruh Prior Online Purchase experience Terhadap Trust dan Online Repurchase Intention. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 16 (1): 1-7

Putu Sonia Chandra Devi dan Eka Sulistyawati (2018). Peran Customer Satisfaction Memediasi Pengaruh Online Trust Terhadap Repurchase Intention” (Studi pada Konsumen *Florist Online* di Kota Denpasar). *E-Jurnal Manajemen Unud*, Vol. 7, No. 6, 2018: 2856-2886 ISSN : 2302-8912

Rahmat Hidayat (2015). Pengaruh Kepuasan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Lampu Philips” (Studi Kasus Pada Mahasiswa Telkom University). *Ecodemica*. Vol III. No.1 April 2015

Stella Nathania (2018). Analisa Pengaruh *Online Consumer Review* Pada Keputusan Pembelian Generasi Millennial di Bandung (Studi Pada Produk Gadget di Tokopedia).

Artikel Online:

E-Commerce Activities :

<https://netbranding.co.nz/2018/07/30/digitalsocialmediastats2018/e-commerce-activities/>

Penetrasi Pengguna Internet

https://kominfo.go.id/index.php/content/detail/12640/siaran-pers-no-53hmkominfo022018-tentang-jumlah-pengguna-internet-2017-meningkat-kominfo-terus-lakukan-percepatan-pembangunan-broadband/0/siaran_pers

Perilaku Konsumen Online yang wajib anda tahu

<https://www.koperasi.net/2018/09/perilaku-konsumen-online-yang-wajib-anda-tahu.html>

Data statistik e-commerce iPrice Group tentang keraguan pembayaran online,

<https://dailysocial.id/post/beberapa-insight-menarik-iprice-tentang-bisnis-e-commerce-indonesia>

Situs Belanja Online yang paling banyak dikunjungi sepanjang tahun 2018

<https://iprice.co.id/insights/mapofecommerce/>

Riset: Pelanggan Lebih Intuitif dalam Belanja Online

<http://marketeers.com/riset-pelanggan-lebih-intuitif-dalam-belanja-online/>

Meningkatnya popularitas Tokopedia sepanjang tahun 2017

<https://dailysocial.id/post/peningkatan-popularitas-tokopedia-sepanjang-tahun-2017>

