

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Thamrin & Tantri, Francis. 2013. *Manajemen Pemasaran*. Depok: PT. Raja Grafindo Persada.
- Abdurahman, Maman, Muhidin, Sambas Ali, & Somantri, Ating. (2011). *Dasar – Dasar Metode Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: CV Pustaka Setia.
- Aditya Hadi Pratama. (2017). Tujuh Tahun Beroperasi, Bukalapak Baru Berkembang Pesat Dalam Dua Tahun Terakhir. Diakses 2 April 2020, Dari <https://id.techinasia.com/bukalapak-tumbuh-signifikan-sejak-2015>
- Agus Aryanto. (2018). Lima Negara Dengan Pertumbuhan E-Commerce Tertinggi. Diakses 17 Maret 2020, dari <https://www.wartaekonomi.co.id/read194905/5-negara-dengan-pertumbuhan-e-commerce-tertinggi>
- Assauri, Sofjan. (2010). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Dwi Hadya Jayani. (2019). 10 E-Commerce Dengan Pengunjung Terbesar Kuartal III-2019. Diakses, 18 Maret 2020, dari <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/10/22/inilah-10-e-commerce-dengan-pengunjung-terbesar>
- Ferdinand, Augusty. (2014). *Metode Penelitian Manajemen*. Semarang: Badan Universitas Diponegoro.
- Ghafari, A., Ashkiki, M, (2015). The Impact On The Quality Of The Website To Buy Online Customers, *Journal Of Applied Environmental And Biological Sciences*, ISSN: 2090-4274, Hlm. 516-526.
- Ghafiki, R. Dan Setyorini, R., (2017). Pengaruh Kualitas Website Terhadap Keputusan Pembelian Pada Situs Bukalapak.Com. *E-Proceeding of Management*, ISSN : 2355-9357, Volume IV, Hlm. 678-686.
- Ghozali, Imam. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. (2014). *Structural Equation Modeling, Metode Alternatif Dengan Partial Least Square (PLS)*. Edisi 4. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Islahuddin dan Nanang Syaifuddin. (2020). Pasar e-commerce terbesar Indonesia dari milenial. Diakses 12 Juli 2020, Dari <https://lokadata.id/artikel/pasar-e-commerce-terbesar-indonesia-dari-milenial>

- Kotler, Philip & Lane Keller, Kevin. (2009). *Manajemen Pemasaran Edisi Ketiga Belas Jilid Dua*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip & Lane Keller, Kevin. (2016). *Manajemen Pemasaran Edisi Ketiga Belas*. Jakarta: Pearson Education.
- Kotler, Philip & Lane Keller, Kevin. (2017). *Manajemen Pemasaran Edisi Ketiga Belas*. Jakarta: Pearson Education.
- Morissan. (2010). *Periklanan: Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Noor, Juliansyah. (2014). *Analisis Data Penelitian Ekonomi & Manajemen*. Jakarta: PT. Grasindo.
- Oentoro, Deliyanti. (2012). *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Laksbang.
- Prabantini, Dwi. (2015). *Partial Least Square*. Yogyakarta: ANDI.
- Pratama, I Putu Agus Eka. (2014). *Komputer & Masyarakat*. Bandung: Informatika Bandung.
- Pebriansyah Ariefana. (2019). Bukalapak Dapat Rangking 1 Startup Indonesia, Dikunjungi 131,7 Juta Orang. Diakses, 1 April 2020, Dari <https://www.suara.com/bisnis/2019/06/23/115402/bukalapak-dapat-rangking-1-startup-indonesia-dikunjungi-1317-juta-orang>
- Rommy, Nusrai Dan Nur, Abdul Razak Yusuf Nofal. (2018). Effect Of Brand Image And Price Perception On Purchase Decision, *Journal Of Business And Management*, Volume XX, Hlm. 76-81.
- Sangadji, Etta Mamang & Sopiha. (2013). *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: CV ANDI OFFSET
- Sastika, Widya. (2016). Analisis Pengaruh Kualitas Website (Webqual 4.0) Terhadap Keputusan Pembelian Pada Website E-Commerce Traveloka: Studi Pada Pengguna Traveloka Di Kota Bandung Tahun 2015, *Jurnal Seminar Nasional Teknologi Informasi Dan Komunikasi*, Volume IV, Hlm. 649-657.
- Selular. (2017). Bukalapak Raih Score Tertinggi Soal Loyalitas Pelanggan. Diakses, 2 April 2020, Dari <https://selular.id/2017/02/bukalapak-raih-score-tertinggi-soal-loyalitas-pelanggan/>.
- Setya Ningrum, Ari, Udaya, Yusuf & Efendi. (2015). *Prinsip – Prinsip Pemasaran*. Yogyakarta: ANDI
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung: Alfabeta.

- Sumarwan, Ujang. (2014). *Perilaku Konsumen*. Tangerang Selatan: Universitas Terbuka.
- Sumarwan, Ujang. (2015). *Pemasaran Strategik: Perspektif Perilaku Konsumen Dan Marketing Plan*. Bogor: IPB Press.
- Tjiptono, Fandi & Chandra, Gregorius. *Pemasaran Strategik*. (2012). Yogyakarta: CV ANDI OFFSET.
- Top Brand Award. (2020). Top Brand Index. Diakses, 2 April 2020, Dari https://www.topbrand-award.com/top-brand-index/?tbi_find=bukalapak
- Wibowo, A., Riyadi E., (2017). Pengaruh Gaya Hidup, Prestise Dan Kelompok Referensi Terhadap Keputusan Pembelian: Studi Pada Konsumen Taiwan Tea House Semarang), *Jurnal Seminar Nasional Riset Manajemen & Bisnis 2017*, ISSN: 978-602-067-9, Hlm. 97-113.
- Wijaya, Darma, (2017). Pengaruh Motivasi Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian. ISSN: 1411-8637, Volume XV, Hlm. 79-88.
- Wijayanti, FI. Titik. (2017). *Marketing Plan Bisnis*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- Zulastri, Dian Indah & Wardhana, Aditya. (2017). Pengaruh Citra Merek Bukalapak.Com Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen: Studi Pada Komunitas Bukalapak.Com Di Indonesia. *E-Proceeding of Management*, ISSN 2089-9815, Volume III, Hlm. 634-640.