

DAFTAR PUSTAKA

- Apriyani, D.A. & Sunarti. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Survei pada Konsumen The Little A Coffee Shop Sidoarjo). *E-Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 51(2), 1-7. Diperoleh dari <https://media.neliti.com/media/publications/189804-ID-none.pdf>
- Ardyanto, D., Susilo, H., & Riyadi. (2015). Pengaruh Kemudahan dan Kepercayaan Menggunakan E-commerce Terhadap Keputusan Pembelian Online. *E-Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 22(1), 1-8. Diperoleh dari <https://media.neliti.com/media/publications/85897-ID-pengaruh-kemudahan-dan-kepercayaan-mengg.pdf>
- Broekhuizen, T. & Huizingh, E. (2009). Online Purchase Determinants: Is Their Effect Moderated by Direct Experience?. *Management Research News*, 32(5), 440–457. Diperoleh dari <https://www.emeraldinsight.com/doi/abs/10.1108/01409170910952949?fullSc=1&fullSc=1&journalCode=mrn>
- Brunn, P., Jensen, M., & Skovgaard, J. (2002). E-Marketplaces: Crafting A Winning Strategy. *European Management Journal*, 20(3), 286-298. Diperoleh dari <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0263237302000452?via%3Dihub>
- Cooper & Schindler. (2011). *Business Research Methods*. Edisi Kesebelas. New York: Penerbit McGraw-Hill Companies Inc.
- Farki, A., Baihaqi, I., & Wibawa, B.M. (2016). Pengaruh Online Customer Review dan Rating terhadap Kepercayaan dan Minat Pembelian pada Online Marketplace di Indonesia. *E-Jurnal Teknik ITS*, 5(2), 614-619. Diperoleh dari <http://ejurnal.its.ac.id/index.php/teknik/article/viewFile/19671/2853>
- Gaspersz, V. (2005). *Sistem Manajemen Kinerja Terintegrasi Balanced Score card dengan Six Sigma Untuk Organisasi Bisnis dan Pemerintah*. Jakarta: Penerbit Gramedia Pustaka Utama.
- Ghozali, I. (2011). *“Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS”*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hair, J.F., Anderson, R.E., Tatham, R.L., & Black, W.C. (1998). *Multivariate Data Analysis*. Edisi Kelima. New Jersey: Penerbit Prentice-Hall International, Inc.

- Kodong, F.R., Kaswidjanti, W., & Setiyawan, A. (2012). Model Aplikasi E-Market Sebagai Sarana Promosi dan Tukar Menukar Informasi Antara Penjual dan Pembeli. *E-Jurnal Telematika*, 8(2), 75-84. Diperoleh dari <http://jurnal.upnyk.ac.id/index.php/telematika/article/viewFile/446/414>
- Kotler, P. & Keller, K.L. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13, jilid 1. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Kotler, P. & Armstrong, G. (2009). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Edisi 12, jilid 1. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Kurnia, T. (2018, 24 April). 5 Negara dengan Jumlah Pengguna Media Sosial Terbanyak. Diperoleh dari <https://www.liputan6.com/tekno/read/3481323/5-negara-dengan-jumlah-pengguna-media-sosial-terbanyak-indonesia-berapa>
- Lupiyoadi, R. (2001). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Penerbit PT. Salemba Empat
- McKnight, D. H., Choudhury, & Kacmar, C. (2002). Developing and Validating Trust Measures for e-Commerce: An Integrative Typology. *Information Systems Research*, 13(3), 334-359. Diperoleh dari <https://pdfs.semanticscholar.org/b611/576195d9d883f9191b63009eb9483830a1b3.pdf>
- Meyer, H.R. (2008). *Manajemen dengan Kecerdasan Emosional*. Bandung: Penerbit Nuansa Cendikia.
- Mowen, J.C. & Minor, M. (2002). *Perilaku Konsumen*. Edisi Kelima, jilid 1. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Mukherjee, A. & Nath, P. (2003). A Model of Trust In Online Relationship Banking. *International Journal of Bank Marketing*, 21(1), 5-15. Diperoleh dari <https://www.emeraldinsight.com/doi/abs/10.1108/02652320310457767>
- Nugroho, T.N. (2014). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap kepuasan dan Loyalitas Pelanggan. *E-Jurnal Paradigma*, 12(2), 114-122. Diperoleh dari <https://media.neliti.com/media/publications/115570-ID-pengaruh-kualitas-pelayanan-terhadap-kep.pdf>
- Panjaitan, E.J. & Yuliati, L.A. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada JNE Cabang Bandung. *E-Jurnal DeReMa Jurnal Manajemen*, 11(2), 265-289. Diperoleh dari <https://ojs.uph.edu/index.php/DJM/article/view/197>

- Puntoadi, D. (2011). *Meningkatkan Penjualan Melalui Social Media*. Jakarta: Penerbit ElexGamedia.
- Purnama, H. (2011). *Media Sosial di Era Pemasaran 3.0 Corporate and Marketing Communication*. Jakarta: Pusat Studi Komunikasi dan Bisnis Program Pasca Sarjana Universitas Mercu Buana.
- Rangkuti, F. (2010). *Strategi Promosi Yang Kreatif dan Analisis Kasus Integrated Marketing Communication*. Jakarta: Penerbit Gramedia Pustaka Utama.
- Sarwono, W.S. (2012). *Psikologi Remaja*. Jakarta: Penerbit PT. Raja Grafindo Persada.
- Savithri, A. (2018, 21 Februari). Sektor E-commerce Tumbuh, Tokopedia Merajai Pasar Indonesia. Diperoleh dari <https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20180221105010-185-277674/sektor-e-commerce-tumbuh-tokopedia-merajai-pasar-indonesia>
- Sekaran, U. (2003). *Research Methods for Business*, 3rd Edition, John Wiley & Sons Inc, New York.
- Sfenrianto, S., Wijaya, T., & Wang, G. (2018). Assessing the Buyer Trust and Satisfaction Factors In the E-Marketplace. *E-Jurnal of Theoretical and Applied Electronic Commerce Research*, 13(2), 43-57. Diperoleh dari <https://scielo.conicyt.cl/pdf/jtaer/v13n2/0718-1876-jtaer-13-02-00105.pdf>
- Sibero, A.F.K. (2011). *Kitab Suci Web Programming*. Yogyakarta: Penerbit Mediakom.
- Sugara, A. & Dewantara, Y.R. (2017). Analisis Kepercayaan dan Kepuasan Terhadap Penggunaan Sistem Transaksi Jual Beli Online (Studi Pada Konsumen “Z”). *E-Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 52(1), 8-15. Diperoleh dari <https://media.neliti.com/media/publications/201951-analisis-kepercayaan-dan-kepuasan-terhad.pdf>
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D)*. Bandung: Penerbit CV. Alfabeta.
- Sunjoyo, Setiawan, R., Carolina, V., Magdalena, N., & Kurniawan, A. (2013). *Aplikasi SPSS untuk Smart Riset*. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Taprial, V. & Kanwar, P. (2012). *Understanding Social Media*. London: Ventus Publishing ApS.

Umar, H. (2005). *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.

10 Marketplace (E-commerce) Terbaik di Indonesia, (2018, 1 September). Fajarpos, E. dan Paling Diminati Penjual (*Seller*). Diperoleh dari <https://www.fajarpos.com/ekonomi/bisnis-online/01/09/2018/24113/10-marketplace-e-commerce-terbaik-di-indonesia-dan-paling-diminati-penjual-seller-menurut-katadata/>

