

DAFTAR PUSTAKA

- Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia. (2016). *Perilaku Pengguna Internet di Indonesia*. Retrieved from apjii.or.id:
<https://apjii.or.id/downfile/file/surveipenetrasiinternet2016.pdf>
- Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia. (2017). *Penetrasi dan Prilaku Pengguna Internet Indonesia 2017*. Retrieved from apjii.or.id:
<https://apjii.or.id/survei>
- Commetagroup. (2017, April 25). *Meningkatkan Traffic Pengunjung Toko Online Dengan 3 Langkah Mudah*. Retrieved from commeta.co.id:
<http://commeta.co.id/meningkatkan-traffic-pengunjung-toko-online-dengan-3-langkah-mudah/>
- Damiati, Masdarini, L., Suriani, M., Adnyawati, N. D., Widiartini, K., Marsiti, C. I., & Angendari, M. D. (2017). *Perilaku Konsumen*. Depok: PT. Rajagrafindo Persada.
- Dennisa, E. A., & Santoso, S. B. (2016). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, dan Citra Merek terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Intervening. *Manajemen Diponegoro*, 1-13.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2010). *Multivariate Data Analysis*. New Jer: Pearson Education.
- Haryanto, R. (2017, Desember 31). *Persaingan e-Commerce Indonesia di 2017, Siapa Terpopuler?* Retrieved from detikinet:
<https://inet.detik.com/cyberlife/d-3793019/persaingan-e-commerce-indonesia-di-2017-siapa-terpopuler>
- Hawkins, D., & Mothersbaugh, D. (2016). *Consumer Behavior: Building Marketing*. New York City: McGraw-Hill.
- Hutauruk, A. (2018, 8 15). *Mengenal Kebiasaan Konsumsi Generasi Milenial*. Retrieved from Dewina Journal: <http://dewina-journal.foutap.com/kebiasaan-konsumsi-generasi-milenial/>
- Indrawati. (2015). *Metode Penelitian Manajemen dan Bisnis*. Bandung: Refika Aditama.
- iPrice. (2018). *Peta E-Commerce Indonesia*. Retrieved from IPrice Group:
<https://iprice.co.id/insights/mapofecommerce/>
- iPrice Group. (2017, Juni). *State of eCommerce Asia Tenggara 2017*. Retrieved from iprice.co.id: <https://iprice.co.id/insights/stateofecommerce2017/>

- Iskandar. (2018, Februari 27). *Orang Indonesia Habiskan Rp 146 Triliun untuk Belanja Online*. Retrieved from Liputan6.com:
https://www.liputan6.com/tekno/read/3326217/orang-indonesia-habiskan-rp-146-triliun-untuk-belanja-online?related=dable&utm_expid=.9Z4i5ypGQeGiS7w9arwTvQ.1&utm_referrer=https%3A%2F%2Fwww.google.com%2F
- Jaya, E. K. (2018). *Bisnis e-Commerce: Peluang Besar tapi Persaingan Kian Sengit*. Jakarta: CNBC Indonesia.
- Joel, G., Massie, J. D., & Sepang, J. L. (2014). Pengaruh Motivasi, Persepsi Harga, dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Sepeda Motor Matic Merek Yamaha Mio di Kota Manado. *EMBA*, 1463-1472.
- Katadata, D. (2017, 8 16). *Berapa Pasae E-commerce Indonesia?* Retrieved from databook.katadata.co.id:
<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2017/08/16/berapa-pasar-e-commerce-indonesia>
- Khare, A., Achtani, D., & Khattar, M. (2014). Influence of Price Perception and Shopping Motives on Indian Consumers Attitude toward Retailer Promotions in Malls. *Marketing and Logistics*, 272-295.
- Kotler, P. (2006). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT. Indeks Kelompok Gramedia.
- Lindberg, U., Salomonson, N., Sundstrom, M., & Wendin, K. (2018). Consumer Perception and Behavior in the Retail Foodscape - a Study of Chilled Groceries . *Retailing and Consumer Services*, 1-7.
- Loudon, K. C., & Traver, C. G. (2012). *E-commerce*. England: Pearson Education Limited.
- Maketingkita.com. (2017, 9 15). *Pengertian Marketplace Dalam Ilmu Marketing*. Retrieved from Marketingkita.com:
<https://www.marketingkita.com/2017/09/pengertian-marketplace-dalam-ilmu-marketing.html>
- Martono, N. (2010). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Depok: PT. Raja Grafindo Persada.
- Mauliansyah, R. (2015). Pengaruh Motivasi, Persepsi Kualitas, dan Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda di Kota Langsa. *Manajemen dan Keuangan*, 319-328.
- Mawey, H. E. (2013). Motivasi, Persepsi, dan Sikap Konsumen Pengaruhnya terhadap Keputusan Pembelian Produk PT. Rajawali Nusindo Cabang Manado. *EMBA*, 791-801.

- Nur, M. (2017, 12 13). *Kata Survei, Ini Alasan Shopaholic Lebih Menyukai Belanja Online*. Retrieved from Jawapos.com:
<https://www.jawapos.com/ekonomi/bisnis/13/12/2017/kata-survei-ini-alasan-shopaholic-lebih-menyukai-belanja-online>
- Prasad, S., Gupta, I. C., & Totala, N. K. (2017). Social Media Usage, Electronic Word of mouth, and Purchase Decision Involvement. *Business Administration*, 134-145.
- Priansa, D. J. (2017). *Perilaku Konsumen dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*. Bandung: Alfabeta.
- Rahayu, N. (2019, Februari 19). *Pertumbuhan E-Commerce Pesat di Indonesia*. Retrieved from Werta Ekonomi:
<https://www.wartaekonomi.co.id/read216302/pertumbuhan-e-commerce-pesat-di-indonesia.html>
- Rahman, S., Hassan, H., Gani, A. O., Fattah, F. A., & Anwar, M. A. (2016). Edu-tourist's perceived service quality and perception - the mediating role of satisfaction from foreign students perspective. *Tourism Review*.
- Riduan. (2011). *Dasar-dasar Statistika*. Bandung: Alfabeta.
- Sangadji, E. M., & Sopiah. (2013). *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: C. V. Andi Offset.
- Saputra, R. (2013). Analisa Pengaruh Motivasi, Persepsi, Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Daihatsu Xenia di Sidoarjo. *Manajemen Pemasaran*, 1-12.
- Savithri, A. (2018, Februari 21). *Sektor E-commerce Tumbuh, Tokopedia Merajai Pasar Indonesia*. Retrieved from cnnindonesia:
<https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20180221105010-185-277674/sektor-e-commerce-tumbuh-tokopedia-merajai-pasar-indonesia>
- Sekuritas, I. P. (2018, 2 13). *Bisnis e-Commerce Indonesia Melesat, Persaingan Semakin Ketat*. Retrieved from IPOT News:
https://www.indopremier.com/ipotnews/newsDetail.php?jdl=Bisnis_e_Commerce_Indonesia_Melesat_Persaingan_Semakin_Ketat&news_id=87139&group_news=IPOTNEWS&taging_subtype=TELCO&name=&search=y_general&q=e-commerce,transaksi%20online,pasar%20daring,&halaman=1
- Setiadi, N. J. (2008). *Perilaku Konsumen : Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Setiawan, S. R. (2018, 2 19). *Tahun 2017, Pengguna Internet di Indonesia Mencapai 143,26 Juta Orang*. Jakarta: Kompas.com. Retrieved from Kompas.com:

<https://ekonomi.kompas.com/read/2018/02/19/161115126/tahun-2017-pengguna-internet-di-indonesia-mencapai-14326-juta-orang>

- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Manajemen : Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi, Penelitian Tindakan, Penelitian Evaluasi*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Bisnis : Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi, dan R&D*. Gegerkalong: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Statistik untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Sujarweni. (2015). *Metode Penelitian Bisnis Ekonomi*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Sujarweni, V. W. (2015). *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi*. Yogyakarta: PT. Pustaka Baru.
- Sunyoto, D. (2015). *Perilaku Konsumen dan Pemasaran*. Jakarta: Center of Academic Publishing Service.
- Tompunu, M. M. (2014). Analisis Motivasi, Persepsi, Pembelajaran, dan Sikap Konsumen Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian di KFC Bahu Mall Manado. *EMBA*, 610-621.
- Tresnady, T., & Krisnamusi, I. A. (2017, 3 15). *Separuh Generasi Millennial Indonesia Rutin Belanja Online*. Retrieved from Suara.com: <https://www.suara.com/tekno/2017/03/15/190906/separuh-generasi-millennial-indonesia-rutin-belanja-online>
- Veronika, S. (2013). Motivation of Online Buyer Behavior. *Competitiveness*, 14-30.
- Wahyuni, D. U. (2008). Pengaruh Motivasi, Persepsi, dan Sikap Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Merek Honda di Kawasan Surabaya Barat. *Ekonomi Manajemen*, 30.
- Widowati, H. (2019, April 25). *Databoks*. Retrieved from Indonesia Jadi Negara dengan Pertumbuhan E-Commerce Tercepat di Dunia: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/04/25/indonesia-jadi-negara-dengan-pertumbuhan-e-commerce-tercepat-di-dunia>
- Yovanda, Y. R. (2018). *Pertumbuhan E-Commerce Indonesia Nomor Satu di Dunia*. Jakarta: Sindonews.com.