

DAFTAR PUSTAKA

- Bukalapak (2019). Situs belanja online dan jual beli. Diambil kembali dari Bukalapak web: <https://bukalapak.com>.
- Bukalapak (2019). Feedback. Diambil kembali dari Bukalapak web <https://komunitas.bukalapak.com>.
- Eristia Lidia Paramita. (2014). Pengaruh Electronic Word of Mouth (e-wom) Terhadap Keputusan Pembelian DSLR.
- Felicia, H. (2017). *Analisis Pengaruh Electronic Word of Mouth Terhadap Tahapan Proses Keputusan Pembelian Kamera pada Situs Bukalapak.com*.
- Iprice Group. (2017). Persaingan e-Commerce Indonesia di 2017, Siapa Terpopuler? Diambil kembali dari detikinet web: <https://inet.detik.com/>
- Internetworldstats.com. (2019). Internet Usage In Asia 2019. Diambil tanggal 14 Oktober 2019, dari <https://www.internetworldstats.com/stats3.htm>.
- Kominfo. (2014). Penetrasi & Prilaku Pengguna InternetIndonesia. Diambil kembali kominfo web site: <https://web.kominfo.go.id/>
- Kompas.com. (2018). Perubahan Gaya Hidup dengan Hadirnya Belanja Online. Diambil Tanggal 27 Oktober 2019, dari <https://www.kompas.com/perubahan-gaya-hidup-dengan-hadirnya-belanja-online-onli-shop?page=all>.
- Kotler, K. (2016). *Marketing Management*. Boston: Person Education.
- Marsella, Puspita dan Adhi Prasetyo. 2018. Analisis Pengaruh Electronic Word of Mouth (e-WOM) terhadap Purchase Intention pada Followers Akun Instagram Adorable Projects.
- Melinda, M. (2018). *Analisis Pengaruh Electronic Word of Mouth (e-WOM) Terhadap Purchase Intention pada Followers Akun Instagram Adorable Projects (Vol. 5)*. e-Proceeding of Management.
- Priansa, D. J. (2017). Komunikasi Pemasaran Terpadu. Bandung: Alfabeta.
- Priansa, D. J. (2016). *Pengaruh E-WOM dan Persepsi Nilai Terhadap keputusan Konsumen Untuk Berbelanja Online di Lazada (Vol. IV)*.

- Priansa, D. J. (2016). Pengaruh E-WOM dan Persepsi Nilai Terhadap Keputusan Konsumen Untuk Berbelanja Online di Lazada. *Ecodemica*, 1.
- Priansa, D. J. (2017). *Prilaku Konsumen*. Bandung: Alfabeta.
- rdiansyah, Doni. (2017). Serupedia.com. Sejarah Lahirnya Toko Online. Diambil tanggal 27 Oktober 2019, dari <https://www.serupedia.com/2017/04/sejarah-lahirnya-toko-online.html>.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2015). *Metode pebelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabet.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&*. Bandung: CV.
- Sujarweni, W. V. (2015). *Statistika untuk Bisnis dan Ekonomi*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Sunyoto. (2014). *Procedure Uji Hipotesis untuk Riset Ekonomi*. Yogyakarta: Center of academic Publishing Service.
- Wuysang, J.B. (2013). Wartaekonomi.com. survei: 84% Orang Indonesia Tidak Puas Saat Berbelanja Online. Diambil Tanggal 10 November 2019, dari <https://www.wartaekonomi.co.id/read19006/survei-84-orang-indonesia-tidak-puas-saat-berbelanja-online.html>.