

## DAFTAR PUSTAKA

- Abubakar, R. (2018). *Manajemen Pemasaran*. Bandung : Alfabeta
- Akbar, M. A., & Alam, S. N. (2020). *E-commerce: Dasar Teori dalam Bisnis Digital*. Yayasan Kita Menulis.
- Alma, B. (2013). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Alfabeta.
- Deliyanti, O. (2010). *Manajemen Pemasaran Modern*. Laksbang Pressindo.
- Dwi, S., Djatnika, T., Ruhadi, & Tiryani, N. N. (2017). *Ritel, Pengelolaan, dan Pemasaran*. Alfabeta.
- Ferdinand, A. (2006). *Metode Penelitian Manajemen*. Unviersitas Diponegoro.
- Firmansyah. (2020). *Komunikasi Pemasaran*. Qiara Media.
- Ghozali, I. (2020). *25 Teori Besar Ilmu Manajemen dan Akuntansi Bisnis*. Yoga Pratama.
- Hamdani, & Lupiyoadi. (2006). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Salemba Empat.
- Hery. (2019). *Manajemen Pemasaran*. Grasindo.
- Ichsan, M., Jumhur, H. M., Hum, M., & Dharmoputra, S. (2018). Pengaruh Consumer Online Rating and Review Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Marketplace Tokopedia Di Wilayah DKI Jakarta. *e-Proceeding of Management*, 5(2).
- Indriyo, G. (2012). *Manajemen Pemasaran*. Penerbit BPFE.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2014). *Principle Of Marketing* (15th editi). Pearson Pretice Hall.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2017). *Principles of Marketing*. 17th red.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Erlangga.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2009). *Manajemen Pemasaran Jilid 1* (Edisi ke 1). Erlangga.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). *Principles of Marketing*. New Jersey. Prentice Hall.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Prinsip-Prinsip Pemasaran* (Edisi ke T). Salemba Empat.

- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Manajemen Pemasaran Jilid I Edisi ke 12*. Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016a). *Marketing Management, 15th* (Edition Ne). Pearson Prentice Hall.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016b). *Marketing Manajemen* (edisi 12 J). PT. Indeks.
- Lackermair, G. K., & Kanmaz, K. (2013). *Importance of Online Product Reviews from a Consumer 's Perspective*.
- Lubis, D. I., & Hidayat, R. (2017). Pengaruh Citra Merek dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian pada Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Sukma Medan. *Jurnal Ilman* , Vol 5, No 1, pp 15-24.
- Mahyarni. (2013). Theory Of Reasoned Action Dan Theory Of Planned Behavior (Sebuah Kajian Historis tentang Perilaku). *Jurnal El-Riyasah*, 4(1), 13-23.
- Malau, H. (2017). *Manajemen Pemasaran*. Alfabeta.
- Manap, A. (2016). *Revolusi Manajemen Pemasaran*. Mitra Wacana Media.
- Manullang, M., & Hutabarat, E. (2016). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Indomedia Pustaka.
- Mo, Z., Li, Y.-F., & Fan, P. (2015). Effect of Online Reviews on Consumer Purchase Behavior. *Journal of Service Science and Management*, 419–424.
- Paramita, R. W. D., Rizal, N., & Sulistyan, R. B. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif*. STIE Widya Gama Lumajang.
- Peter, J. P., & Olson, J. C. (n.d.). *Perilaku Konsumen & Strategi Pemasaran* (Edisi Semb). Salemba Empat.
- Prawirosentono, S. (2002). *Pengantar Bisnis Modern*. PT. Bumi Aksara.
- Purba, A. R., Mawati, Arin Tentrem, Ardiana, D. P. Y., & Pramusita, S. M. (2021). *Media dan Teknologi Pembelajaran*. Yayasan Kita Menulis.
- Riduwan (2018). *Dasar-dasar Statistika*. Bandung: Alfabeta.
- Saputro, A. (2010). *Manajemen Pemasaran Analisis untuk Perencanaan Strategi Pemasaran*. Unit Penerbit dan Percetakan Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen.

- Setiadi, N. (2013). *Perilaku Konsumen. Edisi Revisi*. Kencana Prenada Media Group.
- Sudaryono. (2016). *Manajemen Pemasaran Teori dan Implementasi*. Andi Offset.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Evaluasi (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Dan Kombinasi)*. Alfabeta.
- Sujarweni, V. W. (2015). *Metodologi Penelitian Bisnis Dan Ekonomi*. Pustaka Baru Press.
- Swastha, B., & Irawan. (2008). *Manajemen Pemasaran Modern*. Liberty.
- Thamrin, A., & Tantri, F. (2012). *Manajemen Pemasaran*. RajaGrafindo Persada.
- Thamrin, A., & Tantri, F. (2015). *Manajemen Pemasaran*. RajaGrafindo Persada.
- Tjiptono, F. (2009). *Strategi Pemasaran Jasa*. Andi Offset.
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran*. Andi Offset.
- Ujang, S. (2011). *Perilaku Konsumen (Edisi Kedua)*. Gahlia Indonesia.
- Valant, J. (2015). *Online consumer reviews: The case of misleading or fake reviews*.
- Choiri, E. O. (2018). *Kelebihan & Kekurangan Bisnis Online di Marketplace yang Perlu Diketahui*.
- Yusuf, Muhammad dan Lukman Daris, 2018. *Analisis Data Penelitian Teori & Aplikasi Dalam Penelitian Periklanan*, Bogor. Penerbit : IPB Press
- www.jurnal.id. <https://www.jurnal.id/id/blog/2018-kelebihan-dan-kekurangan-berbisnis-online-di-marketplace-yang-perludiketahui/>
- Farhan, A. (2018). *Keuntungan Menggunakan Marketplace untuk Penjual dan Pembeli*. [www.beecloud.id](http://www.beecloud.id).  
<https://www.beecloud.id/keuntunganmenggunakan-marketplace-untuk-penjual-dan-pembeli/>
- Bachdar, S. (2018). Mengapa Shopee Jadi E-Commerce yang Paling Sering Diakses? Markerteers. <https://markerteers.com/mengapa-shopee-jadi-ecommerce-yang-paling-sering-diakses/>