



### **Hak cipta dan penggunaan kembali:**

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

### **Copyright and reuse:**

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

## DAFTAR PUSTAKA

- Agung, B. (2018, Januari Kamis). *Soal Status Unicorn Bukalapak* . Diambil kembali dari CNN Indonesia: <https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20180110202010-185-268001/soal-status-unicorn-bukalapak>
- Akhir, J. (2018, Maret Jumat). *Generasi Milenial Paling Sering Belanja Online*. Diambil kembali dari Okezone.com: <https://economy.okezone.com/read/2018/03/23/320/1876819/generasi-milenial-paling-sering-belanja-online>
- Amstrong, & Kotler. (2013). *Marketing an Introducing Prentice Hall*. England: Pearson Education, Inc. Dipetik May 1, 2019, dari <http://booksdescr.org/item/index.php?md5=2897058C3F6C022F27AC85B574702D70>
- Anjani, R. (2018, Desember 11). *Daftar 7 E-commerce yang Beri Diskon Paling Menarik Selama Harbolnas 2018*. Diambil kembali dari Lifestyle Wolipop: <https://wolipop.detik.com/sale-and-shop/d-4338754/daftar-7-e-commerce-yang-beri-diskon-paling-menarik-selama-harbolnas-2018>
- Anwar, Q., & Saino. (2014). Pengaruh Program Promosi Penjualan terhadap Minat Beli Harian Kompas di Surabaya Selatan. *Jurnal Universitas Negeri Surabaya*, 6. Dipetik April 16, 2019, dari <https://jurnalmahasiswa.unesa.ac.id/index.php/jptn/article/view/8023>
- Ardianto, E. (2010). *Metodologi Penelitian untuk Public Relations*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Azis, I. (2018, Desember 20 ). *10 E-commerce Paling Banyak Diberitakan di Harbolnas 2018*. Diambil kembali dari Tirto.id: 10 E-commerce Paling Banyak Diberitakan di Harbolnas 2018
- Creswell, J. W. (2014). *Research Design: qualitative, quantitaf, and mixed methods approaches*. London: SAGE Publications Ltd. Dipetik May 20, 2019, dari [https://books.google.co.id/books?id=PViMtOnJlLcC&printsec=frontcover&source=gbs\\_ge\\_summary\\_r&cad=0#v=onepage&q&f=false](https://books.google.co.id/books?id=PViMtOnJlLcC&printsec=frontcover&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false)
- E.Clow, K., & Baack, D. (2018). *Integrated Advertising, Promotion, and Marketing Communicationd*. United Kingdom: Pearson Education.
- Fakta-fakta menarik tentang kebiasaan belanja online orang Indonesia*. (2019, Maret 18). Dipetik Mei 3, 2019, dari Picodi:

<https://www.picodi.com/id/mencari-penawaran/belanja-online-di-indonesia>

- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21: Update PLS Regresi, 7th Edition*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hartomo, G. (2017, Agustus Rabu). Industri E-Commerce Semakin Berkembang, Indonesia Paling Pesat! Dipetik February 10, 2019, dari <https://economy.okezone.com/read/2017/08/30/320/1766098/industri-e-commerce-semakin-berkembang-indonesia-paling-pesat>
- iPrice. (2017, Juni). *State of eCommerce Asia Tenggara 2017*. Diambil kembali dari iPrice: <https://iprice.co.id/insights/stateofecommerce2017/>
- iPrice. (2019, Januari). *Daftar 50 Website & Aplikasi E-Commerce di Indonesia 2018*. Diambil kembali dari iPrice inshigt: [iPrice.co.id](https://iprice.co.id)
- Irzandy, M. A., Arifin, Z., & Surhayono. (2017). Pengaruh Ekuitas Merek terhadap minat beli dan dampaknya pada Keputusan Pembelian. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 3. Dipetik April 15, 2019, dari <https://media.neliti.com/media/publications/189762-ID-pengaruh-ekuitas-merek-terhadap-minat-be.pdf>
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2004). *Dasar- Dasar Pemasaran*. Jakarta: Indeks.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2012). *Principles Of Marketing*. New Jersey: Pearson Education. Dipetik May 7, 2019, dari <http://booksdescr.org/item/index.php?md5=E616A391FE3743EC2B55E22DBC5DF053>
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2014). *Prinsip- prinsip Manajemen*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Marketing Management (1 ed.)*. New Jersey: Pearson Education. Dipetik May 7, 2019, dari <http://booksdescr.org/item/index.php?md5=629B650DCF6E08E035C16F2338FC03A9>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*. UK: Pearson Education Limited.
- Kusuma, H. (2018, Juli 28). *Cerita Bos Bukalapak Awal Bangun Bisnis Banyak yang Tertawakan*. Dipetik Juni 10, 2019, dari [finance.detik.com](https://finance.detik.com/sosok/d-4138460/cerita-bos-bukalapak-awal-bangun-bisnis-banyak-yang-tertawakan): <https://finance.detik.com/sosok/d-4138460/cerita-bos-bukalapak-awal-bangun-bisnis-banyak-yang-tertawakan>

- Morissan. (2010). *Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Mullin, R. (2010). *Sales Promotion how to creat, implement, and integrate campaigns that realy work*. Great Britain: Kogan Page Limited. Dipetik April 22, 2019, dari <http://booksdescr.org/item/index.php?md5=7DAB776A5AC1899630DA1CE93D591ED7>
- Nurfadilah, P. S. (2018, November 1). *Bukalapak Targetkan Penambahan 12,5 Juta Pengguna*. Dipetik Juli 9, 2019, dari Kompas.com: <https://ekonomi.kompas.com/read/2018/11/01/193900126/bukalapak-targetkan-penambahan-12-5-juta-pengguna>
- Pradana, M. (2015). *KLASIFIKASI BISNIS E-COMMERCE DI INDONESIA. KLASIFIKASI BISNIS E-COMMERCE DI INDONESIA*, 171. Dipetik Juli 11 , 2019, dari file:///C:/Users/user/Downloads/554-1255-1-SM.pdf
- Pratiwi, H. (2014, Desember 5). *Potensi dan Tantangan E-commerce Indonesia Tahun 2015*. Dipetik Februari 10, 2019, dari <https://dailysocial.id/post/potensi-dan-tantangan-e-commerce-indonesia-tahun-2015>
- PT Bukalapak. (2019). *Tentang Bukalapak*. Dipetik Juni 6 , 2019, dari bukhalapak.com: <https://www.bukhalapak.com/about>
- Putera, A. D. (2018, September 7). *Jumlah Pembeli "Online" Indonesia Capai 11,9 Persen dari Populasi*. Dipetik Juni 26, 2019, dari Kompas.com: <https://ekonomi.kompas.com/read/2018/09/07/164100326/jumlah-pembeli-online-indonesia-capai-119-persen-dari-populasi>
- Putri, C. N. (2015). *Pengaruh Potongan Harga Terhadap Minat Beli*. *Jurnal Komunikasi Bisnis*.
- Rahman, A. F. (2016, November 26). *Kisah Jatuh Bangun Bukalapak*. Dipetik Juni 10, 2019, dari inet.detik.com: <https://inet.detik.com/cyberlife/d-3355392/kisah-jatuh-bangun-bukalapak>
- Rajagopal. (2008). *Point-of-sales promotions and buying stimulation in retail store*. *Database Marketing & Customer Strategy Management*, 15. Dipetik Juni 04, 2019, dari [file:///C:/Users/user/Downloads/Journal%20of%20Database%20Marketing%20&%20Customer%20Strategy%20Management%20Volume%2015%20issue%204%202008%20\[doi%2010.1057\\_dbm.2008.23\]%20Rajagopal,%20--%20Point-of-sales%20promotions%20and%20buying%20stimulation%20in%20r](file:///C:/Users/user/Downloads/Journal%20of%20Database%20Marketing%20&%20Customer%20Strategy%20Management%20Volume%2015%20issue%204%202008%20[doi%2010.1057_dbm.2008.23]%20Rajagopal,%20--%20Point-of-sales%20promotions%20and%20buying%20stimulation%20in%20r)

- Rizkia, C. (2018, Desember 10). *Bukalapak Pasang Target Rp1,6 Triliun pada Harbolnas 2018*. Dipetik Maret 20, 2019, dari Technologue.id: <https://technologue.id/bukalapak-pasang-target-rp16-triliun-pada-harbolnas-2018/amp/>
- Rosyadi, M. I. (2019, Januari 10). *Modal Bukalapak Cuma 80 Ribu, Jokowi: Rupiah atau Dolar?* Dipetik Juni 10, 2019, dari detik.com: <https://inet.detik.com/cyberlife/d-4379704/modal-bukalapak-cuma-80-ribu-jokowi-rupiah-atau-dolar>
- Sacadikiara, E. H., & Tresnati, R. (2018). Pengaruh Promosi Penjualan terhadap Minat Beli Konsumen pada. *Jurnal Universitas Islam Bandung*, 4, 4. Dipetik April 22, 2019
- Sarwono, J., & A.H, K. P. (2012). *Perdagangan Online: Cara Bisnis di Internet*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo. Dipetik February 10, 2019, dari <https://books.google.co.id/books?id=gttMDwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=Perdagangan+Online:+Cara+Bisnis+di+Internet&hl=en&sa=X&ved=0ahUKEwi0r62cqsPiAhWMXSsKHcIvAp4Q6AEIKDAA#v=onepage&q=Perdagangan%20Online%3A%20Cara%20Bisnis%20di%20Internet&f=false>
- Schneider, G. P. (2011). *Electronic Commerce*. USA: Course Technology. Dipetik Mei 5, 2019, dari <http://www.libgen.io/item/index.php?md5=0158A274E74D872213161AB2E6E42A37>
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2008). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Indeks.
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2010). *Consumer Behavior Tenth Edition*. America: McGraw-Hill International.
- Setiadi, N. J. (2003). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Silalahi, M. (2018, oktober 11). *AI Research Untuk Dorong Peningkatan Transaksi di Bukalapak*. Diambil kembali dari mix.co.id: <https://mix.co.id/marcomm/brand-insight/marketing-strategy/ai-research-untuk-dorong-peningkatan-transaksi-di-bukalapak/>
- Sugiyono. (2010). *Statistika untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, F. (2008). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: ANDI.



Utami, D. S. (2019, April 24). Pengaruh Promosi Penjualan, kualitas website, dan green marketing terhadap minat beli konsumen the body shop. Jakarta.

Diambil kembali dari

<http://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/33343/1/DIAH%20SITI%20UTAMI.pdf>

We Are Social LTD. (2019). *Digital 2019: Global Internet Use Accelerates*.

Dipetik Maret 21, 2019, dari We Are Social:

<https://wearesocial.com/global-digital-report-2019>

Yusuf, A. M. (2014). *METODE PENELITIAN: KUANTITATIF, DAN PENELITIAN GABUNGAN*. Jakarta: KENCANA. Dipetik Mei 2, 2019, dari [https://drive.google.com/file/d/1Bk2sLRoUOfva85kqvPe\\_JMGg-wkrD9GF/view](https://drive.google.com/file/d/1Bk2sLRoUOfva85kqvPe_JMGg-wkrD9GF/view)

UMMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA