

DAFTAR PUSTAKA

- Aryanto, Agus. 5 Negara dengan Pertumbuhan E-Commerce Tertinggi. 2018. <https://www.wartaekonomi.co.id/read194905/5-negara-dengan-pertumbuhan-e-commerce-tertinggi.html>. (Diakses tanggal 27 Maret 2019).
- Bahri, Syaiful. Metodologi Penelitian Bisnis: Lengkap dengan Teknik Pengolahan Data SPSS. Yogyakarta: Penerbit ANDI, 2018.
- Bashar, Ahmad, dan Wasiq. “*Effectiveness of Social Media as A Marketing Tool: An Empirical Study*”, *International Journal of Marketing, Financial Services & Management Research*. 2012, Hal 1-11.
- Danny. Penipuan dengan Memanfaatkan Kelemahan Proses Transaksi Tokopedia. 2017. <https://inside.kompas.com/suratpembaca/read/54843/Penipuan-dengan-Memanfaatkan-Kelemahan-Proses-Transaksi-Tokopedia>. (Diakses tanggal 31 Maret 2019).
- Fhonna, Ria Amalia, dan Sorayanti Utami. “Pengaruh *Electronic Word of Mouth* terhadap Keterlibatan Keputusan Pembelian dan Kepercayaan sebagai Pemediasi pada Konsumen Shopee di Universitas Syiah Kuala”, *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen*. Agustus 2018, Hal. 20-32.
- iPrice. Peta *E-commerce* Indonesia. 2019. <https://iprice.co.id/insights/mapofecommerce>. (Diakses tanggal 27 Maret 2019).
- Haekal, Muhammad Erlandy, Suharyono, dan Edy Yuliyanto. “Pengaruh *Electronic Word of Mouth* terhadap Kepercayaan dan Keputusan Pembelian (Survei pada Konsumen Produk Fashion Followers Akun Instagram Erigostore)”, *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*. November 2016, hal. 1-7.
- Jason. Ditipu Istana Emas77, Tokopedia Menolak Bertanggung Jawab. 2019. <https://news.detik.com/suara-pembaca/d-4413515/ditipu-istana-emas77-tokopedia-menolak-bertanggung-jawab>. (Diakses tanggal 31 Maret 2019).
- Jati, Anggoro Suryo. Bos Tokopedia Buka-bukaan Soal Kasus Flash Sale. 2018. <https://inet.detik.com/cyberlife/d-4186244/bos-tokopedia-buka-bukaan-soal-kasus-flash-sale>. (Diakses tanggal 01 April 2019).

- Kotler, Phillip dan Gary Armstrong. *Principles of Marketing*. Edisi 17. United Kingdom: Pearson, 2018.
- Kotler, Phillip dan Kevin Lane Keller. *Marketing Management*. Edisi 15. United States of America: Pearson Education, 2016.
- Kaumman, Adam. Penipuan di tokopedia, solusi tidak membantu. 2018. <https://www.kaskus.co.id/thread/5a75519dc0cb170f428b457a/penipuan-di-tokopedia-solusi-tidak-membantu>. (Diakses tanggal 31 Maret 2019).
- Rakhmat, Makmur. Manajemen E-commerce. Bandung: Informatika Bandung, 2018.
- McNair, Corey. *Global Digital Users Update*. 2018. <https://www.emarketer.com/content/global-digital-users-update-2018>. (Diakses tanggal 27 Maret 2019).
- Nugroho, Bagus Prihantoro. Tipu-tipu Jualan Online! Tokopedia Tutup Penjual 'Gambar Hard Disk'. 2018. <https://news.detik.com/berita/d-4301481/tipu-tipu-jualan-online-tokopedia-tutup-penjual-gambar-hard-disk>. (Diakses tanggal 31 Maret 2019).
- Patrick, Jonathan. Netizen Keluhkan Penipuan Flash Sale oleh Karyawan Tokopedia. 2018. <https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20180827145439-185-325218/netizen-keluhkan-penipuan-flash-sale-oleh-karyawan-tokopedia>. (Diakses tanggal 24 Maret 2019)
- Prabowo, Teguh. Pengalaman Buruk Menggunakan Cicilan Kartu Kredit di Tokopedia. 2016. <https://mediakonsumen.com/2016/11/28/surat-pembaca/pengalaman-buruk-menggunakan-cicilan-kartu-kredit-tokopedia>. (Diakses tanggal 08 Juli 2019).
- Prasad, Shantanu, Ishwar C Gupta, dan Navindra K Totala. “*Social Media Usage, Electronic Word of Mouth and Purchase Decision Involvement*”, *Asia-Pacific Journal of Business Administration*. April 2017, 19, hal. 1-18.
- Priansa, Donni Juni. “Pengaruh E-WOM dan Persepsi Nilai Terhadap Keputusan Konsumen untuk Berbelanja *Online* di Lazada”, *Ecodemica*. April 2016, 1, hal. 1-8.
- Hult, Pride, dan Ferrel. *Marketing*. Edisi 17. South-Western: Cengage Learning, 2013.

- Statista. *Number of Internet Users Worldwide from 2005 to 2018*. 2019. <https://www.statista.com/statistics/273018/number-of-internet-users-worldwide>. (Diakses tanggal 27 Maret 2019).
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2013.
- Suhaily, Lily, dan Syarief Darmoyo. “*Effect Of Product Quality, Perceived Price And Brand Image On Purchase Decision Mediated By Customer Trust (Study On Japanese Brand Electronic Product)*”, *Jurnal Manajemen*. 2017, hal. 179-194.
- Supranto dan Limakrisna. *Petunjuk Praktis Penelitian Ilmiah untuk Menyusun Skripsi*. Jakarta: Mitra Wacana Media, 2013.
- Syafaruddin, Suharyono, dan Srikandi Kumadji. "Pengaruh Komunikasi *Electronic Word of Mouth* terhadap Kepercayaan (*Trust*) dan Niat Beli (*Purchase Intention*) serta Dampaknya pada Keputusan Pembelian (Survey pada Konsumen *Online Shopping Zafertech.com*)", *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, Januari 2016, 1, hal. 1-8.
- Tokopedia. *Tingkatkan Review Positif Toko Anda dengan 5 Langkah Mudah Ini*. 2018. <https://seller.tokopedia.com/edu/tips-tingkatkan-review-positif>. (Diakses tanggal 01 April 2019).
- Tokopedia. *Belum Dapat Orderan? Gunakan Tips Ini Yuk*. 2018. <https://seller.tokopedia.com/edu/strategi-promosi-gratis-dan-mudah>. (Diakses tanggal 01 April 2019).
- Viola, Marca dan Baruna Hadibrata. “*Analysis of Trust and Electronic Word of Mouth in Influencing Consumers’ Decision to Shop Using Lazada’s Shopping Website in Jakarta*”, *Saudi Journal of Business and Management Studies (SJBMS)*. Agustus 2018, 8, hal. 1-8.
- Yuliastuti, Desy. *Tingkat Kepercayaan pada E-Commerce Masih Rendah, Mengapa*. 2017. <https://www.digination.id/read/01681/tingkat-kepercayaan-pada-e-commerce-masih-rendah-mengapa>. (Diakses tanggal 27 Maret 2019).
- Zulfa, Latifah, dan Retno Hidayati. “*Analisis Pengaruh Persepsi Risiko, Kualitas Situs Web, dan Kepercayaan Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Konsumen E-Commerce Shopee di Kota Semarang*”, *Diponegoro Journal of Management*. 2018, Hal. 1-11.

