

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku

- Alma, B. (2003). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Edisi 2. Bandung: Alfabeta.
- Jogiyanto. (2007). *Sistem Informasi Keperilakuan*. Yogyakarta: ANDI
- Kotler & Keller. (2016:29). *Manajemen Pemasaran Edisi 13 Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan A.B Susanto. (2000). *Manajemen Pemasaran*. Edisi 1. Jakarta: Salemba Empat.
- Kotler, Philip. (2000). *Manajemen Pemasaran*. Edisi Mileinium. Jakarta: PT. Indeks Kelompok Jakarta.
- Sugiyono. (2008). *Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Cetakan Kesembilan: Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Administrasi*. Bandung: Difabeta
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Bisnis: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

### Skripsi

- Ajzen, I. (2013). Teori Perilaku yang Direncanakan Kuisisioner. Database Instrumen
- Jalaludin, Andi (2019). *Analisis Pengelolaan Kualitas, Pendapatan Harga dan Promosi Produk Barang dan Jasa di UMKM Kelurahan Pasirlayung Kota Bandung*. Universitas Sangga Buana YPKP. Bandung
- Jatmico Jati, Nugroho (2012). *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Pemanfaatan dan Penggunaan Sistem E-Ticket*. Pada Universitas Diponegoro Semarang.

### Jurnal

- Masyita Sari, Rizki (2018). *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penggunaan Internet Terhadap Peningkatan Kinerja UKM Menggunakan Metode Structural Equation Modelling*.
- Nurzamzam, Devina (2018). *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Permintaan Produk Pakaian Melalui E-Commerce*. Pada Universitas Pendidikan Indonesia (UPI).
- Pangestu Sadli, Dimas (2017). *Analisis Online Customer Reviews Terhadap Minat Menggunakan Jasa Transfortasi Online*. Pada Universitas Pendidikan Indonesia (UPI).
- Pengukuran untuk Ilmu Sosial. Diperoleh dari [www.midss.ie](http://www.midss.ie)
- Putu Lestara P, Gusi (2019). *Pengaruh Hedonic Motivation, Social Influence dan Perceived Enjoyment Terhadap penggunaan Marketplace Pada UMKM di Bali*. pada Universitas Pendidikan Nasional (UNDIKNAS) Denpasar: <http://journal.undiknas.ac.id/index.php/manajemen>
- Susilowati (2018). *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan Dalam Bisnis Online*.
- Syaifuddin (2017). *Pengaruh Sosial*. Pada Universitas Negeri Yogyakarta: <http://journal.student.uny.ac.id/ojs/index.php/profita/article/view/9764>
- Triatmaja & Yuliana (2016). *Pengaruh Perceived Value dan Sosial Influence Terhadap Purchase Intention Smartphone 4G Pada Pelanggan Bandung Elektronik Center*. Pada Universitas Telkom Bandung: <https://id.scribd.com/document>

## Internet

- Badan Pusat Statistik [BPS]. (2019). *Hasil Survei Pada Tahun 1997-2013 Tentang Pertumbuhan dan Jumlah UMKM di Indonesia*. <https://selfieus.com>
- Badan Pusat Statistik [BPS]. (2019). *Hasil Survei Pada Tahun 2013 Tentang Pertumbuhan dan Jumlah UMKM di Bandung*. <https://bandungkota.bps.go.id>
- Bisnis.com (2019). *Pemerintah Kota Bandung Dalam Mendukung UMKM di Jawa Barat*. <https://m.bisnis.com>
- Catatanseorangpinggiran (2017). *Makalah Pengaruh Sosial*. <http://catatanseorangpinggiran.blogspot.com>
- Contohsurat.co.id (2017). *Pengertian Manajemen Pemasaran Menurut Para Ahli*. <http://www.contohsurat.co.id>
- Iprice group. (2019). *Hasil Survei Pada Tahun 2019 Tentang Aplikasi Belanja E-Commerce Selluler Dengan Pengguna Aktif Bulanan di Asia Tenggara*. <https://ipricegroup.com>
- Kajianpustaka.com (2012). *Teori Pemasaran*. <https://www.kajianpustaka.com>
- Marketplace.bdg (2018). *Data Statistik Pengguna Marketplace di Kota Bandung*. <https://sp99712.sitebeat.com>
- Niagahoster Blog. (2018). *Pengertian, Jenis dan Contoh Marketplace*. <https://niagahoster.co.id>
- Seputarilmu.com (2018). *Pengertian Manajemen Pemasaran Menurut Para Ahli Dunia*. <https://seputarilmu.com>