

DAFTAR PUSTAKA

- Adams, W. J. K. and R. Saaty. 2003. *Super Decision Software Guide*. Diakses 2 April 2019. http://sdbeta.superdecisions.com/sd_resources/v28_man01.pdf
- Aji, J. M. M., dan Agung W. 2010. Perilaku Konsumen Pada Pembelian Beras Bermerek di Kabupaten Jember dan Faktoryang Mempengaruhinya. *Jurnal SEP* Vol. 4, No.3, Hal. 12-24.
- Angga, K. P. 2017. Rancang Bangun Aplikasi Marketplace Penyedia Jasa Les Private di Kota Pontianak Berbasis Web. *Jurnal Sistem dan Teknologi Informansi* Vol. 2, No. 5, Hal. 1-5.
- Anonim. 2012. *Mengapa Wanita Suka Berbelanja*. Diakses 28 April 2019. <https://wolipop.detik.com/work-and-money/d-2130085/mengapa-wanita-suka-berbelanja>
- Anonim. 2013. *Preferensi Konsumen, Pengertian dan Sifat Dasar Preferensi*. Diakses 18 Juni 2018. <https://idtesis.com/preferensi-konsumen-pengertian-dan/>
- Anonim. 2016a. *Gerakan Nasional 1000 Startup Digital*. Diakses 18 Desember 2018. <http://aptika.kominfo.go.id/index.php/artikel/145-gerakan-nasional-1000-startup-digital>
- Anonim. 2016b. *Inilah Pokok-Pokok Paket Kebijakan XIV: Peta Jalan Sistem Perdagangan Nasional Berbasis Elektronik*. Diakses 23 Juni 2019. <http://setkab.go.id/inilah-pokok-pokok-paket-kebijakan-xiv-peta-jalan-sistem-perdagangan-nasional-berbasis-elektronik/>

- Anonim. 2017. *Apa itu Platform E-Commerce dan Fungsinya*. Diakses 28 April 2019. <https://www.sirclo.com/blog/2017/10/apa-itu-platform-ecommerce-dan-fungsinya>
- Arianty, D. dan Rohmana Y. 2012. Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Preferensi Konsumen Provider Indosat di Perguruan Tinggi Negeri Kota Bandung. *Jurnal UPI* Vol. 7, No. 2.
- Assael. 2002. *Consumen Behavior and Marketing Action 3rd Edition*. Bosotn. Kent Publishing Company.
- Barnes, S. J. and R. T. Vidgen. 2001. An Evaluation of Cyber-Bookshops: The WebQual Method. *International Journal of Electronic Commerce* Vol. 6, No. 1, Hal. 11-30.
- Brunn, P., Jansen M., Skovgaard J. 2002. E-Marketplace: Crafting À Winning Strategy. *European Management Journal* Vol. 20, No. 3, Hal. 286-298.
- Collier, J. E. and C. C. Bienstock. 2006. Measuring Service Quality in E-Retailing. *Journal of Service Research* Vol. 8, No.3, Hal. 260-275.
- Dheteas. 2019. *Keunikan E-Commerce Produk Hasil Pertanian dari E-Commerce pada Umumnya*. Diakses 17 Juni 2019. <https://genagraris.id/see/keunikan-e-commerce-produk-hasil-pertanian-dari-e-commerce-pada-umumnya>
- Febriantoro, B. 2018. Kajian dan Strategi Pendukung Pengembangan E-Commerce Bagi UKMK di Indonesia. *Jurnal Manajerial* Vol. 3, No. 5, Hal. 184-207.
- Foster, T. R. V. 2002. *TOT Ways To Boats Customers Satisfaction*. PT Elax Media Komputindo, Jakarta.
- Frewer, L. J., E. Risvik, dan H. Schifferstein. 2001. *Food, People, and Society: À European Perspective of Consumers Food Choices*. New York. Springer.

- Grace Lin, T. R. And C. S. Chia. 2009. Factors Influencing Satisfaction and Loyalty in Online Shopping: An Intregrated Model. *Journal Online Information Review* Vol. 22, No. 3, Hal. 458-475.
- Gounaris, S., S. Dimitriadis, and V. Stathakopoulus. 2010. An Examination of The Effects of Service Quality and Satisfaction on Customers' Behavioral Intentions in E-Shopping. *Journal of Service Marketing* Vol. 24, No. 2, Hal. 142-156.
- Harahap, D. A. dan Dita A. 2018. Perilaku Belanja Online Di Indonesia: Studi Kasus. *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI)* Vol. 9, No. 2, Hal. 193-213.
- Hoffman, D. L., dan Fodor, M. (2010). Can you measure the ROI of your social media marketing?. *MIT Sloan Management Review* Vol. 52, No. 1, Hal. 41-49.
- Hutauruk, B. D., Jimmy F. N., dan Banget R. 2017. Analisis dan Perancangan Aplikasi Marketplace Cinderamata Khas Batak Berbasis Android. *Jurnal METHODIKA* Vol. 3, No. 1, Hal. 242-246.
- IlmuOneData. 2017. *Toko Online Terbaik di Indonesia*. Diakses 18 Juni 2019. <http://www.ilmuonedata.com>
- Kusrini. 2007. *Konsep Dan Aplikasi Sistem Pendukung Keputusan*. Penerbit Andi, Yogyakarta.
- Kasali, R. 2011. *Membidik Pasar Indonesia: Segmentasi, Targeting, dan Positioning*. PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Kotler, P. 2000. *Manajemen Pemasaran Edisi Milenium*. PT Indeks. Jakarta.
- Kozinets, R. V., De Valck, K., Wojnicki, A. C., dan Wilner, S. J. (2010). Networked narratives: Understanding word-of-mouth marketing in online communities. *Journal of marketing* Vol. 74, No. 2 , Hal. 71-89.

- Marta, C. P., Binun D. P., dan Iffan M. 2014. Pengukuran Preferensi Konsumen Bakso. *Jurnal Agrotek* Vol. 8, No. 1, Hal. 32-39.
- McLeod Jr, R. dan George P. S. 2008. *Sistem Informasi Manajemen Edisi 10*. Salemba Empat. Jakarta.
- Mulyono, S. 2007. *Riset Operasi*. Penerbit Fakultas Ekonomi UI, Depok.
- Munandar, J. M., Faqih U., dan Maivita A. 2019. Analisis Faktor yang Mempengaruhi Preferensi Konsumen Produk Air Minum Dalam Kemasan di Bogor. *Jurnal Tek. Ind. Pert. IPB* Vol. 13, No. 3, Hal. 97-107.
- Muzdalifah. 2012. Kajian Preferensi Konsumen terhadap Buah – Buah Lokal di Kota Banjarbaru. *Jurnal Agribisnis Pedesaan* Vol. 2, Hal. 297-309.
- Ong, D. L. T., & Yap, W. X. 2017. The Impact Offitness Center Servicescape on Individual Behavior: The Mediating Role of Emotional Response. *Journal of Global Sport Management* Vol. 2, No. 2, Hal. 128–142.
- Pradana, M. 2015. Klasifikasi Bisnis E-Commerce di Indonesia. *Jurnal MODUS* Vol. 27, No. 2, Hal. 163-174.
- Putra, C. A. 2015. *Fitur dan Teknologi Website Marketplace*. Diakses pada 25 April 2019. <http://www.candra.web.id/fitur-dan-teknologi-website-marketplace/>
- Rachma, N. dan Arif W. 2018. Analisis Pemetaan Modell Bisnis Platform Online Property di Indonesia dengan Menggunakan Platform Desing Toolkit. *Jurnal Teknik ITS* Vol. 7, No. 1, Hal. A149-A154.
- Rahmanita, E., Novi P., dan Ibnu J. 2017. Penggunaan Metode AHP dan FAHP dalam Pengukuran Kualitas Keamanan Website E-Commerce. *Jurnal Teknologi Informasi dan Ilmu Komputer (JTIK)* Vol. 5, No. 3, Hal. 371-380.

- Saaty, R. W. 2016. *Decision Making in Complex Environments*. Pittsburgh. Creative Decision Foundation
- Shidarta. 2015. *Garansi dan Perlindungan Konsumen*. Diakses pada 25 April 2019. <https://business-law.binus.ac.id/2015/10/14/garansi-dalam-layanan-purnajual-dan-perlindungan-konsumen/>
- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta. Bandung.
- Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Administrasi*. CV Alfabeta, Bandung.
- Supriadi, A., Andi R., Dwi H. L. K., dan Gusti T. A. 2018. *Analytical Hierarchy Process (AHP) Teknik Penentuan Strategi Daya Saing Kerajinan Bordir*. Penerbit Deepublish. Yogyakarta.
- Suyanto, M. 2003. *Strategi Periklanan pada E-commerce Perusahaan Top Dunia*. Penerbit Andi. Yogyakarta
- Szymanski, D. M., and Hise, R. T. 2000. e-Satisfaction: Aninitial Examination. *Journal of Retailing* Vol. 76, No. 3, Hal. 309-322.
- Tashandra, N. 2018. *80 Persen Konsumen Belanja Online Orang Muda dan Wanita*. Diakses 28 April 2018. <https://lifestyle.kompas.com/read/2018/03/22/155001820/80-persen-konsumen-belanja-online-orang-muda-dan-wanita>
- Varmaat, S. C. 2007. *Discovering Computers: Menjelajah Dunia Komputer Fundamental Edisi 3*. Salemba Infotek. Jakarta.
- Wijayanti, M. 2011. *Analisis Preferensi Konsumen Dalam Membeli Daging Sapi Di Pasar Tradisonal Kabupaten Karanganyar*. Skripsi. Fakultas Pertanian. Universitas Sebelas Maret. Surakarta.

- Winiarti, S. dan Yuraida U. 2009. Aplikasi Sistem Pendukung Keputusan Penentuan Lokasi Pendirian Warnet Dengan Metode AHP (Studi Kasus PT Pika Media Komunika). *Jurnal Informatika* Vol. 3, No. 2.
- Wolfenbarger, M., and Gilly, M.C. 2003. etailQ: dimensionalizing, measuring and predicting etail quality. *Journal of Retailing* Vol. 79, No. 3, Hal. 193–198.
- Yashinta, A. 2017. Model Bisnis E-Commerce Produk Pertanian(Studi Kasus pada PT. Limakilo Maju Bersama Petani). *Jurnal Manajemen dan Bisnis* Vol. XIV, No. 2.
- Yusra, Y. 2017. *Lima Faktor Penentu Keberhasilan Marketplace*. Diakses 8 April 2019. <https://dailysocial.id/post/lima-faktor-penentu-keberhasilan-marketplace>
- Zaffou, M. 2010. The Effect of Variety Offering on Demand and Supermarket Competition. *Journal Inovative Marketing* Vol. 7, No. 3, Hal. 8-18.
- Zeithaml, V. A., A. Parasuraman, and A. Malhorta. 2002. Service quality delivery through web sites: a critical review of extant knowledge. *Journal of The Academy of Marketing Science* Vol. 30, No. 4, Hal. 362-375.