

**DAFTAR PUSTAKA**

- Alma, Buchari. 2014. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta
- Armstrong, Kotler 2015. *Marketing an Introducing Prentice*, hall 12<sup>th</sup> Edition, England: Pearson ducation, Inc.
- Assauri, Sofjan. 2013. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : Rajawali Pers.
- Chaffey, Dave & Smith, PR. 2013. *E-Marketing: Excellence*. UK: Butterworth-Heinemann.
- Fandy Tjiptono, Ph.D. 2015. *Strategi Pemasaran*, Edisi 4, Penerbit Andi, Yogyakarta.
- Irawan, H. (2002). *10 Prinsip Kepuasan Pelanggan*. Jakarta: PT Elex Meida Komputindo.
- Jasfar, Farida. 2012. *Teori dan Aplikasi Sembilan Kunci Keberhasilan Bisnis Jasa: Sumber Daya Manusia, Inovasi, Dan Kepuasan Pelanggan*. Jakarta: Salemba Empat.
- Jayabuana, N. (2018). *Mitra Tokopedia Meluncur, Persaingan O2O Kian Keras*. *Bisnis Indonesia* November, 15, 2018, *from*  
<https://teknologi.bisnis.com/read/20181115/84/860337/mitra-tokopedia-beroperasi-di-bekasi-persaingan-o2o-kian-keras>.
- JOSHUA A.T. FAIRFIELD, *VIRTUAL PROPERTY 5* (Bloomington: Indiana University School Of Law, 2005).
- Juwandy, Hendy Irawan, 2004. *Kepuasan Pelayanan Jasa*. Jakarta: Erlangga
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller, 2016. *Marketing Management*, 15th Edition, Pearson Education, Inc.
- Moleong, L. J. (2017). *Metode penelitian kualitatif*. Cetakan ke-37. Bandung: RemajaRosdaKarya.
- Priambada, A. (2015). *Masa Depan Adopsi Layanan Online to Offline (O2O) di Industri E-commerce Indonesia* *Daily Social Id*. Agustus, 25, 2015, *from*  
<https://dailysocial.id/post/siapkah-indonesia-mengadopsi-konsep-e-commerce-online-to-offline-o2o>.

Rahardjo, Turnomo dkk. (2011). Komunikasi 2.0 Teoritisasi dan Implikasi. Yogyakarta: ASPIKOM.

Ryan, D. (2014). *Understanding Digital Marketing*. Great Britain: Kogan Page Limited.

Sugiyono. 2013. Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabet.

Wardhana, A. (2015). Strategi Digital Marketing dan Implikasinya pada Keunggulan Bersaing UKM di Indonesia.

Wijayani, S. (2017). Jalankan Strategi O2O, Mataharimall.com Garap Konsumen *Offline*. *Marketeers* Maret, 20, 2017, *from* <http://marketeers.com/dapat-sertifikat-iso-apa-tujuan-sunpride/>.

Yin, K. (2012). Studi kasus: desain dan metode. Jakarta: Rajawali Pers.

Zeithaml, V.A. and Bitner, M.J. (2003) *Services Marketing: Integrating Customer Focus across the Firm*. 3rd Edition, Irwin McGraw-Hill, New York.

<https://id.wikipedia.org/wiki/Bukalapak>. Diakses pada tanggal 27 Maret 2019.

<https://www.bukalapak.com/bantuan/mitra-o2o/tentang-mitra/tentang-mitra-bukalapak> . Diakses pada tanggal 29 Maret 2019.

<https://en.wikipedia.org/wiki/Tokopedia> . Diakses pada tanggal 29 Maret 2019.

<https://www.tokopedia.com/blog/press-release-mitra-tokopedia/> . Diakses pada tanggal 29 Maret 2019.

<https://www.dewaweb.com/blog/marketing-mix/>. Diakses pada tanggal 28 Desember 2019.