

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, B. (2007). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: CV Alfabeta.
- Amir, M. T. (2015). *Merancang Kuesioner: Konsep dan Panduan untuk Penelitian Sikap*. Jakarta: KENCANA.
- Anderson, D., Sweeney, D., & Williams, T. (2008). *Statistics for Business and Economics*. Ohio: Thomson South- Western.
- Aprilian, S. (2017, Mei 22). *Pertumbuhan Pengguna Internet, Indonesia Nomor 1 di Dunia*. Dipetik Maret 05, 2018, dari KATA DATA News and Research: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2017/05/22/pertumbuhan-pengguna-internet-indonesia-nomor-1-di-dunia>
- Arum Janie, D. N. (2012). *Statistik Deskriptif & Regresi Linier Berganda dengan SPSS*. Semarang: Semarang University Press.
- David, W., & Djamaris, A. R. (2018). *Metode Statistik Untuk Ilmu dan Teknologi Pangan*. Jakarta: UB PRESS.
- Durianto, D., Sugiarto, & Budiman, L. J. (2003). *Brand Equity Ten Strategi Memimpin Pasar*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Durianto, D., Sugiarto, Widjaja, A. W., & Supratikno, H. (2003). *Invasi pasar dengan iklan yang efektif*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Ghozali, I. (2011). *Aplikasi Analisis Multi Variate dengan Program IBM SPSS 19 (5 ed.)*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Jamaludin, F. (2018, Februari 19). *APJII sebut pengguna internet Indonesia tahun 2017 capai 143,26 juta jiwa*. Dipetik Maret 05, 2018, dari Merdeka.com: <https://www.merdeka.com/teknologi/apjii-sebut-pengguna-internet-indonesia-tahun-2017-capai-14326-juta-jiwa.html>
- Kasiram, M. (2008). *Metodologi Penelitian*. Malang: UIN-Malang Pers.
- KATADATA. (2017, September 13). *Inilah Media Sosial dengan Pengguna Aktif Terbesar di Indonesia*. Dipetik Maret 18, 2018, dari KATADATA News and

Research: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2017/09/13/inilah-media-sosial-dengan-pengguna-aktif-terbesar-di-indonesia>

- Kotler, P. (2001). *Manajemen Pemasaran di Indonesia*. Jakarta: Salemba Empat.
- Kotler, P. (2005). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT Indeks Kelompok Gramedia.
- Kotler, P. (2008). *Manajemen Pemasaran* (12 ed.). Jakarta: Indeks.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2007). *Manajemen Pemasaran* (12 Jilid 1 ed.). Jakarta: PT Indeks.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Marketing Management*. New jersey: Pearson Prentice Hall, Inc.
- Lee, M., & Johnson, C. (2011). *Prinsip-prinsip Pokok Periklanan dalam Perspektif Global* (1 ed.). (H. Munandar, & D. Priatna, Penerj.) Jakarta: Kencana Prenanda Media Group.
- Malhotra, N. K. (2010). *Marketing Research an Applied Orientation* (6th ed.). New Jersey: Pearson Education.
- Neuman, W. (2006). *Social Research Methods: Qualitative and Quantitative*. Boston: Allyn and Bacon.
- Peter, J. P., & Jerry, C. O. (2000). *Consumer Behavior, Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. (D. Sihombing, Penerj.) Jakarta: Erlangga.
- Pratama, A. H. (2017, januari 30). *Perkembangan Pengguna Internet di Indonesia Tahun 2016 Terbesar di Dunia*. Dipetik maret 18, 2018, dari Tech in Asia ID: <https://id.techinasia.com/pertumbuhan-pengguna-internet-di-indonesia-tahun-2016>
- Rangkuti, F. (2009). *Mengukur Efektivitas Program Promosi & Analisis Kasus Menggunakan SPSS*. Jakarta: PT Gramedia Utama Pustaka.
- Schiffman, & Kanuk. (2008). *Perilaku Konsumen* (7 ed.). Jakarta: Indeks.
- Sekaran, & Bougie, R. (2010). *Research Method for Business: A Skill Building Approach*. New York: John Wikey.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2010). *Research Method For Business: A Skill Building Approach* (5 ed.). New York: John Wiley and Sons.

- Shimp, T. (2000). *Periklanan Promosi dan Aspek Tambahan Komunikasi* (5 ed.). Jakarta: Erlangga.
- Shimp, T. (2003). *Periklanan Promosi; Komunikasi Pemasaran Terpadu* (2 ed.). Jakarta: Erlangga.
- Siregar, S. (2013). *Statistik Parametrik Untuk Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: PT Bumi Angkasa.
- Strauss, J., El-Ansary, A., & Frost, R. (2003). *E-Marketing Internatioanl* (3 ed.). New Jersey: Upper Suddle River.
- Sugiarto, Siagian, D., Sunaryanto, L. T., & Detomo, D. S. (2001). *Teknik Sampling*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Sugiyono. (2006). *Metode Penelitian Administratif* (14 ed.). Bandung: CV Alfabeta.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: CV Alfabeta.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatuif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Turban, E., Rainer, R. K., & Potter, R. E. (2003). *Introducing to Information Technology*. New York: Jhon Willey and Sons Inc.
- Umar, H. (2003). *Metode Riset Bisnis*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Umar, H. (2011). *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis* (11 ed.). Jakarta: Rajawali Pers.
- Umar, H. (2013). *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis*. Jakarta: Rajawali.
- Wicaksono. (2018, Februari 15). *Kampanye Iklan Tokopedia Terbaru Garapan Flock Bawa Pesan Penting bagi Pemuda Indonesia*. Dipetik April 4, 2018, dari Marketing.co.id: <https://marketing.co.id/kampanye-iklan-tokopedia-terbaru-garapan-flock-bawa-pesan-penting-bagi-pemuda-indonesia/>
- Wicaksono. (2018, February 15). *Kampanye Iklan Tokopedia Terbaru Garapan Flock Bawa Pesan Penting bagi Pemuda Indonesia*. Dipetik August 1, 2018, dari Marketing.co.id: Portal Lengkap Dunia Marketing: <https://marketing.co.id/kampanye-iklan-tokopedia-terbaru-garapan-flock-bawa-pesan-penting-bagi-pemuda-indonesia/>
- Zikmund, W., Babin, B., Carr, J., & Griffin, M. (2013). *Business Research Methods*. Canada: Cengage Learning.