

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku

- A. Shimp, Terence. 2014. Komunikasi Pemasaran Terpadu dalam periklanan dan Promosi. Jakarta: Salemba Empat
- Ardhana, YM Kusuma. 2012. Menyelesaikan *Website* 30 Juta. Jakarta: Jasakom.
- Asropudin. 2013. Kamus Teknologi Informasi Komunikasi. Bandung: CV Titian Ilmu
- Bekti, Bintu Humairah. 2015. Mahir Membuat *Website* dengan Adobe Dreamweaver CS6, CSS dan JQuery. Yogyakarta: ANDI.
- Bungin, Burhan. 2010. Metode Penelitian Kualitatif. Jakarta: Rajawali Pers.
- Cangara, Hafied. 2017. Perencanaan dan Strategi Komunikasi. Jakarta: Rajawali Press.
- Joseph, Thomas. 2011. *Spirit of Digital Marketing 3.0*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- Kartajaya, Hermawan. 2010. Memenangkan Persaingan Dengan Segitiga *Positioning*, Diferensiasi Dan *Brand*. Bandung: Mizan Pustaka.
- Kennedy, John E. dan R. Dermawan Soemanagara. 2009. *Marketing Communication: Taktik & Strategi Cetak Ke-3*. Jakarta:PT Bhuana Ilmu Populer.
- Kotler, Philip. 2010. Manajemen Pemasaran. Edisi tiga belas Bahasa Indonesia. Jilid 1 dan 2. Jakarta: Erlangga
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller. 2016. *Marketing Management, 15th Edition*, Pearson Education, Inc.

Moleong, Lexy J. (2012). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung : PT Remaja Rosdakarya.

Pawito. 2009. *Penelitian Komunikasi Kualitatif*. Yogyakarta: LkiS Pelangi Aksara

Sanjaya, Ridwan dan Tarigan Josua. 2009. *Creative Digital Marketing*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.

Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Ulber, Silalahi. 2009. *Metode Penelitian Sosial*. Bandung: PT. Refika Aditama.

### **E-book**

Karr, Douglas. 2016. *How To Map Your Content To Unpredictable Customer Journeys*. Meltwater Outside Insight.  
<https://www.meltwater.com/ap/insight/how-to-map-your-content-to-unpredictable-customer-journeys/>

### **Jurnal**

Ersyad, Yasser, Eni Maryani, dan Siti Karlinah. (2018). Komunikasi Pemasaran dalam *Positioning* N219 oleh PT Dirgantara Indonesia (Persero). *Jurnal Kajian Komunikasi*, Fakultas Ilmu Komunikasi, Volume 6, Nomor 1, Halaman 24-36. Universitas Padjajaran, Bandung.

Limandono, Johan Ardi dan Diah Dharmayanti. (2017). Pengaruh *Content Marketing* Dan *Event Marketing* Terhadap *Customer Engagement* dengan *Sosial Media Marketing* Sebagai Variabel Moderasi di Pakuwon City. *Jurnal Strategi Pemasaran*, Fakultas Ekonomi, Volume 5, Nomor 1. Universitas Kristen Petra, Surabaya.

Maharani, Conny, Rini Andari, dan Tomy Andrianto. (2014). Pengaruh *Brand Positioning* Wonderful Indonesia Terhadap Keputusan Wisatawan Mancanegara Untuk Berkunjung Ke Indonesia (Survei Terhadap Wisatawan Mancanegara Asal Singapore, Malaysia dan Australia). *Journal Tourism and Hospitality Essentials*, Fakultas Pendidikan dan Ilmu Pengetahuan Sosial, Volume IV, No 1, Halaman 741-758. Universitas Pendidikan Indonesia, Bandung.

Pandrianto, Nigar dan Gregorius Genep Sukendro. (2018). Analisis Strategi Pesan *Content Marketing* untuk Mempertahankan *Brand Engagement*. *Jurnal Komunikasi*, Fakultas Ilmu Komunikasi, Volume 10, Nomor 02, Halaman 167-176. Universitas Tarumanegara, Jakarta.

Wati, Dewa Ayu Sri Pradnya dan Ni Wayan Ekawati. (2016). Pengaruh *Green Brand Positioning* Terhadap Niat Pembelian Dimediasi Oleh Sikap (Kasus The Body Shop Bali). (E-Jurnal Manajemen Unud, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Volume 5, Nomor 10, Halaman 6731-6761. Universitas Udayana, Bali.

### **Website**

Abdurrahman, Muhammad Sufyan. 20 Mei 2017. Pertumbuhan *e-commerce* Indonesia Tertinggi di Dunia. Diakses pada tanggal 11 Februari 2019 dari <https://www.liputan6.com/teknologi/read/2957050/pertumbuhan-e-commerce-indonesia-tertinggi-di-dunia>

Author. 18 Februari 2016. MAP Luncurkan MAP EMALL.com. Diakses pada tanggal 11 Februari 2019 dari <https://www.map.co.id/map-luncurkan-map-email-com/>

Cohen, Heidi. 12 Desember 2013. *7 Reasons to Use Content marketing*. Diakses pada tanggal 14 Februari 2019 dari <https://heidicohen.com/why-use-content-marketing-7-reasons/>

- Mustikasari, Indah. 16 Januari 2018. [DATA] Waktu yang dihabiskan Konsumen Indonesia Saat Mengunjungi Toko *Online*. Diakses pada tanggal 11 Februari 2019 dari <https://iprice.co.id/trend/insights/riset-dan-data-waktu-yang-dihabiskan-konsumen-indonesia-saat-mengunjungi-toko-online/>
- Nisaputra, Rezkiana. 20 September 2017. Jokowi: Pola Konsumsi Masyarakat Bergeser ke *Online*. Diakses pada tanggal 11 Februari 2019 dari <http://infobanknews.com/jokowi-pola-konsumsi-masyarakat-bergeser-ke-online/>
- Saputra, Randa. 21 September 2018. 4 *E-commerce Fashion* Besar di Indonesia. Diakses pada tanggal 14 Februari 2019 dari <https://medium.com/@randasaputra/4-e-commerce-fashion-besar-di-indonesia-1a8c75171908>
- Setyowati, Desy. 24 Januari 2018. Konsumen *E-commerce* Paling Betah Buka Shopee dan Mapemall.com. Diakses pada tanggal 11 Februari 2019 dari <https://katadata.co.id/berita/2018/01/24/konsumen-e-commerce-paling-betah-buka-shopee-dan-mapemall.com>