

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku :

Ardianto, Elvinaro. (2011). *Metodologi Penelitian untuk Public Realtions Kuantitatif dan Kualitatif*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.

Bungin, Burhan. (2003). *Metode Penelitian Kualitatif*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.

Daniel, Ian. (2011). *E-commerce, get it right!*. Neurodigital

Hidayat, Taufik. (2008). *Panduan Membuat Toko Online dengan OSCommerce*. Jakarta: Mediakita.

Kotler, P., & K. L. (2012). *Marketing Management 14th Edition*. United States of America: Pearson Prentice Hall

Kotler, Philip & Gary Armstrong, (2008). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jakarta

Kriyantono, Rachmat. 2009. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana.

Laudon, Kenneth C & Traver, Carol Guercio. (2012). *E-commerce 2012 business, technology, society*. England: Pearson Education Limited

Pratama, I Putu Agus Eka. (2015). *e-commerce, e-business, dan mobile commerce*. Jakarta: Informatika.

Rakhmat, Jalaludin. 2002. *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

Rahadi, D.R., (2013), *Pengaruh Karakteristik Website Terhadap Kepuasan Pelanggan*, Jurnal Manajemen dan Bisnis.

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

Sibero, Alexander F.K . (2013). *Web Programming Power Pack*. Yogyakarta : Mediakom.

Silalahi, Ulber. (2015). *Metode Penelitian Sosial Kuantitatif*. Bandung; Refika Aditama

Shabur, Heru & Riyadi, (2015). *Implementasi E-commerce Sebagai Media Penjualan Online*

Suprpto, Tommy, (2011). *Pengantar Ilmu Komunikasi dan Peran Manajemen dalam Komunikasi*, Jakarta : PT. Buku Seru.

Wahyuni, Sari. (2012). *Qualitative Research Method: Theory and Practice*. Jakarta: Salemba Empat.

Wahyuni, Sari.2015.*Qualitative Research Method: Theory and Practice*.Salemba empat:Jakarta

Wood, Julia T. (2013). *Komunikasi Interpersonal Interaksi Keseharian. Edisi 6*. Jakarta : Salemba Humanika

**Jurnal :**

Ahmad, N. S., Musa, R. Harris, M., & Harun, M (2016). *The impact of Social Media Content Marketing (SMCM) towards brand health. Procedia Economic and Finance*, Volume 37, Halaman 331-336

Femi Oktaviani & Diki Rustandi, (2018). *Implementasi Digital Marketing dalam Membangun Brand Awareness.*

Nadya Egileona, (2017). *Pengaruh Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian.* Jurnal Manajemen Pemasaran.

Tjahyono, Novilia. *Strategi Marketing Communication Grand City Mall Surabaya Dalam Membangun Brand Awareness Melalui Event Earth Hour 2013.* Jurnal E-Komunikasi Vol.2. No.1 Tahun 2014, Hal 1-10.

Dalem, Anak & Sutari. *Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran Jasa Go-Jek Dalam Meningkatkan Brand Awareness Cabang BALI.* 2017. Jurnal Kajian Ilmu Komunikasi, Vol.15 No.2. hal 33-42.

**Website :**

(<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2018/10/22/tokopedia-tetap-memimpin-jumlah-pengunjung-e-commerce-tw-iii-2018/> / diakses pada 22 desember 2018)

(<https://kbbi.web.id/strategi/> / diakses pada 2 Februari 2019).

(<https://www.map.co.id/id/about-us/> diakses pada 3 februari 2019)

(<https://iprice.co.id/insights/mapofecommerce/en/> diakses pada 17 juni 2019)

(<http://sdgcenter.unpad.ac.id/> diakses pada 17 juni 2019)

(<http://www.researchgate.net/> diakses pada 4 agustus 2019)