

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku

- AG. Suyono, Sri Sukmawati dan Pramono. 2012. *Pertimbangan dalam Membeli Produk Barang Maupun Jasa*. Jakarta: Intidayu Press
- Armstrong, Kotler. 2015. *Marketing an Introduction*, 12th Edition. England: Pearson Education, Inc.
- Chaffey, Dave, & PR Smith, (2014) *Emarketing Excellence: Planning And Optimizing Your Digital Marketing*. UK: Butterworth-Heinemann
- Cravens, David. W., dan Piercy, Nigel. F. 2013, *Strategic Marketing 10th Edition*. New York: McGraw-Hill International Edition.
- Kotler, P & Armstrong, G. (2014). *Principle of Marketing 15th Edition*. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Kotler, Philip & Kevin Lane Keller. 2016. *Marketing Management*. New Jersey: Pearson Prentice Hall, Inc.
- Kriyantono, R. (2010). *Teknik Praktis Riset Komunikasi: Disertai Contoh Praktis Riset Media, Public Relation, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Kencana
- Percy, L. (2014). *Strategic Integrated Marketing Communications 2nd Edition*. UK: Taylot & Francis Ltd.
- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Sunyoto, Danang. 2018. *Konsep Dasar Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT Buku Seru
- Suryadi, E., Darmawan D. & Muyadi, A. (2019). *Metode Penelitian Komunikasi Dengan Pendekatan Kuantitatif*. Bandung : PT Remaja Rosdakarya
- Sugiyama, Kutaro, Tim Andree and The Dentsu Cross Switch Team. (2011). *The Dentsu Way*. New York: McGraw-Hill.

**Jurnal**

- Felita, P., & Oktivera, E. (2019). Pengaruh *Sales Promotion* Shopee Indonesia Terhadap *Impulsive Buying* Konsumen Studi Kasus: *Impulsive Buying* Pada Mahasiswa STIKS Tarakanita. *Jurnal Ilmu Komunikasi dan Bisnis*, Vol. 4 No. 2 April 2019.
- Luthfiana, N., & Hadi, S, P. (2019). Pengaruh Promosi Penjualan dan *E-service Quality* Terhadap Minat Beli Ulang (Studi pada Pembeli di *Marketplace* Shopee). *Diponegoro Journal of Social and Politic*, 2019 hal 1-7
- Mozondo, N. (2016). *Modelling consumer behaviour conceptually through the seven Ps of marketing: A revised theoretical generic consumer stimulus-response model*. *University of Zimbabwe Business Review*, 4 (1) January-June 2016.
- Mulyandi, M. R., & Sani E. P. (2020). Pengaruh E-Marketing Mix Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Kasus Pada E-Commerce di Indonesia). *Jurnal IKRA-ITH Ekonomika*, 3 (1), Maret 2020.
- Nursatyo, Rosliani, D. (2018). Strategi Komunikasi Pemasaran Digital Situs Pemandang Harga Telunjuk.Com. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 1 (2), hal 46.
- Rohmah, M. (2018). Pengaruh Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Situs Jual Beli Online Elevenia. *JOM FISIP*, 5 (II) Juli – Desember 2018.
- Wildan, M., Arifin, R., M. Hufon. (2018) Pengaruh Harga, Iklan dan Promosi Penjualan Terhadap Minat Beli Konsumen Pada *E-commerce* Lazada. *Jurnal Riset Manajemen* vol. 7 No. 15. Agustus 2018.

**Artikel Internet**

- Simon. (2020, 18 Febuari). Report Digital 2020: Indonesia. [Datarareportal.com](https://datareportal.com).  
<https://datareportal.com/reports/digital-2020-indonesia>
- Prabawanti, H. (2020, 2 Mei). Jangan Lewatkan Puncak Shopee Big Ramadhan Sale. <https://money.kompas.com/read/2020/05/02/jangan-lewatkan-puncak-shopee-big-ramadhan-sale>
- PayPal Inc., (2020, 1 April). Pelaku e-commerce Didominasi Usia Muda. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/04/01/pelaku-e-commerce-didominasi-usia-muda>

iPrice Insight, (2020, 3 April). *The Map of e-commerce Indonesia. Find Our E-commerce Competition in Indonesia*. <https://iprice.co.id/insights/mapofecommerce/en/>

Bachdar, S. (2019, 24 Maret). Generasi Milenial Masih Pembelanja Online Terbesar di Indonesia. <https://marketears.com/generasi-milenial-masih-pembelanja-online-terbesar-di-indonesia/>