

## DAFTAR PUSTAKA

- Belch, G. E., & Belch, M. A. (2012). *Advertising and Promotion: An Integrated Marketing Communications Perspective, 9th Edition*. New York: McGraw Hill.
- Buchory, H. A., & Saladin, D. (2010). *Manajemen Pemasaran*. Bandung: Linda Karya.
- Chaffey, D., & Smith, P. (2017). *Digital Marketing Excellence*. New York: Routledge.
- Dharmmesta, B. S., & Handoko, H. (2011). *Manajemen Pemasaran Analisis Perilaku*. Yogyakarta: BPFE.
- Durianto, D. (2003). *Invasi Pasar Dengan Iklan yang Efektif*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Grewal, D., & Levy, M. (2014). *Marketing, Fourth Edition*. New York: The McGraw-Hill.
- Kanuk, L. L., & Schiffman, L. G. (2004). *Consumer behavior*. New Jersey: Prentice Hall.
- Kennedy, J. E., & Soemanagara, R. D. (2006). *Marketing Communication : Taktik & Strategi*. Jakarta: PT Bhuana Ilmu Populer.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). *Principles Of Marketing, 14th Edition* (Vol. 1). Boston: Pearson Education.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Marketing Management 14th ed*. New Jersey: Pearson Education, Inc.
- Lee, M., & Johnson, C. (2004). *Prinsip - Prinsip Pokok Periklanan Dalam Perspektif Global*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- McLeod, R., & Schell, G. (2007). *Management Information Systems*. New Jersey : Pearson-Prentice Hall.
- Mowen, J., & Minor, M. (2002). *Perilaku Konsumen (Jilid 1) Edisi Kelima*. Jakarta: Erlangga.
- Nasrullah, R. (2015). *Media sosial Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Sarwono, J. (2006). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Sekaran, U. (2006). *Research Methods For Business, Edisi 4*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sernovitz, A. (2006). *Of Mouth Marketing: How Smart Companies Get People Talking*. Chicago: Kaplan Publishing.

- Shimp, T. A. (2014). *Komunikasi Pemasaran Terpadu Dalam Periklnana Dan Promosi*. Jakarta: Salemba Empat.
- Silalahi, U. (2015). *Metode Penelitian Sosial Kuantitatif*. Bandung: PT. Refika Aditama.
- Siregar, S. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: PT. Fajar Interpratama Mandiri.
- Sugiyono. (2014). Populasi dan sampel. Dalam *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* (Vol. 291, hal. 292). Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sunarto. (2004). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Yogyakarta: AMUS, UST Press.
- Sunyoto, D. (2015). *Manajemen dan Pengembangan Sumber Daya Manusia*. Yogyakarta: CAPS.
- Tabachnick, B., & Fidell, L. (2013). *Using Multivariate Statistics. Sixth edition*. Boston: Pearson.
- Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa-Prinsip, Penerapan dan Penelitian*. Yogyakarta: CV. ANDI.

#### ***Journal***

- Babin, B. J., Lee, Y.-K., Kim, E.-J., & Griffin, M. (2005). Modeling Consumer Satisfaction And Word Of Mouth Communication: Restorant Petronage Korea. *Journal of Servive Marketing*, 19(3), 133-139.
- Nasution, F. S., & Suyanto, A. (2016, Decemver). e-Proceeding of Management. *EFEKTIVITAS IKLAN MEDIA SOSIAL MENGGUNAKAN EPIC AC NIELSEN PADA OPERATOR SELULER DI INDONESIA*, III(3), 2664.
- Ramadhan, F., & Jumhur, H. M. (2018, December). Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Secara Online Pada E-Commerce Shopee. *e-Proceeding of Management*, 5(3), 3138-3144.
- Sari, N., Saputra, M., & Husein, J. (2017, January). Pengaruh Electronic Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Online Bukalapak.com. *Jurnal Manajemen Magister*, 03(01).
- Sukma, D. R., & Yuliyanto, M. (2019, September). Pengaruh Terpaan Iklan Televisi dan Intensitas Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian di Shopee. *Interaksi Online*, 7(4), 377-384.
- Wirakanda, G. G., & Pardosi, A. S. (2020, March). Pengaruh Sales Promotion Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus di Blibli.com). *Jurnal Bisnis dan Pemasaran*, 10(1).

Wulandari, H. N. (2019). PENGARUH BAURAN KOMUNIKASI PEMASARAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MENGGUNAKAN APLIKASI SHOPEE (STUDI PADA MAHASISWA/I PENGGUNA APLIKASI SHOPEE DI KOTA MALANG). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 7(2).

#### *Website*

- APJII. (2020). *Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia*. Diambil kembali dari apjii.or.id: <https://apjii.or.id/survei>
- Ardho, S. (2019, September 29). *taupasar.com*. Diambil kembali dari taupasar.com: [https://www.taupasar.com/2019/09/penjelasan-dan-implementasi-promotion\\_29.html](https://www.taupasar.com/2019/09/penjelasan-dan-implementasi-promotion_29.html)
- Association, A. M. (2020). *American Marketing Association*. Diambil kembali dari ama.org: <https://www.ama.org/topics/advertising/>
- Chaebar, H. (2019, November 11). *Tribunnewswiki*. Diambil kembali dari tribunnewswiki.com: <https://www.tribunnewswiki.com/2019/11/11/lazada-group>
- Damaledo, Y. D. (2020, November 6). *tirto.id*. Diambil kembali dari tirto.id: <https://tirto.id/lazada-1111-digelar-ada-harga-banting-hingga-gratis-ongkir-f6Ho>
- Damayanti, A. (2018, July 2). *Strategi Iklan Online*. Diambil kembali dari etheses.iainponorogo.ac.id: <http://etheses.iainponorogo.ac.id/3856/1/astri%20upload.pdf>
- idEA. (2020). *Hari Belanja Online Nasional*. Diambil kembali dari harbolnas.idea.or.id: <https://harbolnas.idea.or.id>
- iprice insights*. (2020, July 21). Diambil kembali dari iprice.co.id: <https://iprice.co.id/insights/mapofecommerce/en/>
- Laurent. (2016). Diambil kembali dari eprintd.ums.ac.id: <http://eprints.ums.ac.id/64181/2/Bab%201.pdf>