

## DAFTAR PUSTAKA

- Agustianti, R., Nussifera, L., Angelianawati, L., Meliana, I., Sidik, E. A., Nurlaila, Q., & Hardika, I. R. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif*. Tohar Media.
- Amalia, N. F. (2012). Kampanye public relations dalam membentuk sikap khalayak (studi pada kampanye stop the trafficking children and young people yang diselenggarakan oleh the body shop Indonesia).
- Fillah, H. (2019). *Perilaku konsumen E-Commerce perspektif syari'ah: studi perilaku berbelanja Mahasiswa Pascasarjana UIN Sunan Ampel Surabaya pada Tokopedia dan Shopee* (Doctoral dissertation, UIN Sunan Ampel Surabaya).
- Ghozali, I. (2016) Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS 23. Edisi 8. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gumanti, E. (2019). *Efektivitas Iklan Goyang Shopee Di Televisi Menggunakan Model Epic (Studi Pada Mahasiswi Kos Di Kelurahan Kampung Baru, Bandarlampung)*.
- Huda, B., & Priyatna, B. (2019). Penggunaan Aplikasi Content Management System (CMS) Untuk Pengembangan Bisnis Berbasis E-commerce. *Systematics*, 1(2), 81-88.
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane. 2012. *Marketing Management. Fourteenth Global Edition*. 14 Edition. Pearson
- Kurniawan, D. (2013). *Pengaruh Promosi Dan Store Atmosphere Terhadap Impulse Buying Dengan Shopping Emotion Sebagai Variabel Intervening Studi Kasus Di Matahari Department Store Cabang Supermall Surabaya*. *Jurnal Strategi Pemasaran*, 1(2), 1-8.
- Morrisan, M. A. (2015). *Periklanan komunikasi pemasaran terpadu*. Kencana.
- Mulyana, M. (2019). *Menganalisis Perilaku Konsumen*.
- Musanna, M. (2018). *Analisis Pengaruh Perilaku Konsumtif Mahasiswa Terhadap Belanja Online (Studi Kasus Belanja Mahasiswa Menggunakan Media Sosial di FEB Unsyiah)*. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial & Ilmu Politik*, 3(2).
- Nasrullah, R. (2018). *Komunikasi antar budaya: Di era budaya siber*. Prenada

Media.

- Nasrullah, R. (2022). *Teori dan riset media siber (cybermedia)*. Prenada Media.
- Park, S. (2020). *Marketing management* (Vol. 3). Seohee Academy.
- Purwono, F. H., Ulya, A. U., Purnasari, N., & Juniatmoko, R. (2019). *Metodologi Penelitian (Kuantitatif, Kualitatif dan Mix Method)*. GUEPEDIA.
- Puspitarini, D. S., & Nuraeni, R. (2019). Pemanfaatan media sosial sebagai media promosi. *Jurnal Common*, 3(1), 71-80.
- Rahim, F. (2018). *Pengaruh Iklan Televisi Dan Media Online Terhadap Perilaku Konsumen Produk Makanan Halal Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Iain Tulungagung*.
- Rajasekar, D. (2018). *A Study on Purchase Decisions of Celebrity Endorsement on Advertising Campaign in Influencing Consumer: Impact Analysis*. Int. J Sup. Chain. Mgt Vol, 7(1), 230.
- Shinta, N. R. T. (2020). *Analisis Pengaruh Brand Ambassador, Advertising Campaign, Serta Country Of Origin Terhadap Minat Beli Pada Situs Tokopedia.Com* (Bachelor's thesis, Fakultas Ekonomi dan Bisnis uin jakarta).
- Simanjuntak, C. T., & Tamburian, H. D. (2020). *Pengaruh Kampanye Go-Pay Day Food and Beverage terhadap Perilaku Konsumtif Pengguna (Survei Pada Karyawan PT Pionir Maxima Mutu Indonesia)*. Prologia, 4(1), 113-120.
- Simamora, B. (2002). *Panduan riset perilaku konsumen*. Gramedia Pustaka Utama.
- Solomon, M. R., White, K., Dahl, D. W., Zaichkowsky, J. L., & Polegato, R. (2017). *Consumer behavior: Buying, having, and being*. Boston, MA: Pearson.
- Sugianto, A., & Sembiring, A. W. (2018). *Kampanye Public Relations dalam Membentuk Sikap Positif Khalayak*. Jurnal Lensa Mutiara Komunikasi, 1(1), 45-60.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung:

Alfabeta, CV.

- Suharsono, Y. (2014). Validitas Dan Reliabilitas Skala Self-Efficacy. *Jurnal Ilmiah Psikologi Terapan*, 2(1), 144-151.
- Suherman, A. (2020). *Buku Ajar Teori-Teori Komunikasi*. Deepublish.
- Tri Rochani, R., & Pratisti, W. D. (2018). *Hubungan kontrol diri dengan perilaku konsumtif online shopping di instagram pada remaja* (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Surakarta).
- Umam, Z. (2017). *Gaya hidup konsumtif mahasiswa Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya* (Doctoral dissertation, UIN Sunan Ampel Surabaya).
- Widhiarso, W., & UGM, F. P. (2017). *Semantik Diferensial*. Fakultas Psikologi. UGM. Yogyakarta.
- Yam, J. H., & Taufik, R. (2021). Hipotesis Penelitian Kuantitatif. *Jurnal Ilmu Administrasi*, 3(2), 96-102.
- Yusuf, A. M. (2016). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif & penelitian gabungan*. Prenada Media.
- Zuldafrial, Muhammad, Lahir. 2012. *Penelitian Kualitatif*. Surakarta : Yuma Pustaka.

### Sumber Online

1. <https://www.tokopedia.com/about/our-story> (di akses pada Sabtu, 10 Oktober : 9.30)
2. <https://hot.liputan6.com/read/4289602/diskon-90-cashback-spesial-amp-bebas-ongkir-di-waktu-indonesia-belanja-gelaran-tokopedia> (di akses pada Sabtu, 10 Oktober : 9.46)
3. <https://www.instagram.com/tokopedia/> (di akses pada Sabtu, 10 Oktober : 11.00)
4. <https://www.inews.id/finance/bisnis/10-e-commerce-terpopuler-di-indonesia-tokopedia-terdepan-shopee-geser-bukalapak> (di akses pada Rabu, 21 Oktober : 16.00)
5. <https://www.goodnewsfromindonesia.id/2019/08/20/5-marketplace-online-paling-banyak-dikunjungi> (di akses pada Rabu, 21 Oktober : 16.15)

6. <https://www.instagram.com/seasia.co/> (di akses pada Rabu, 21 Oktober : 16.24)
7. <https://www.cnbcindonesia.com/tech/20200824073330-37-181385/tokopedia-tergeser-ini-dia-jawara-e-commerce-indonesia> (di akses pada Rabu, 21 Oktober : 16.38)
8. <https://iprice.co.id/insights/mapofecommerce/> (di akses pada Rabu, 21 Oktober : 17.05)
9. <https://www.fajarpos.com/ekonomi/bisnis-online/08/04/2020/3-marketplace-indonesia-terbaik-berdasarkan-kecepatan-akses-dan-sistem-keamanannya/> (di akses pada Rabu, 21 Oktober : 17.17)
10. <https://katadata.co.id/ameidyonasution/digital/5ee0d2cb606e8/tokopedia-siapkan-empat-jurus-sambut-normal-baru-di-tengah-pandemi> (di akses pada Rabu, 21 Oktober : 17.56)
11. <https://marketeers.com/generasi-milenial-masih-pembelanja-online-terbesar-di-indonesia/> (di akses pada Rabu, 27 Oktober : 19.30)
12. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/10/15/2014-2023-nilai-transaksi-tokopedia-terbesar-dibandingkan-e-commerce-lainnya> (di akses pada Rabu, 27 Oktober : 19.44)
13. <https://pakarkomunikasi.com/teori-komunikasi-pemasaran> (di akses pada Rabu, 27 Oktober : 20.58)
14. <https://sarjanaekonomi.co.id/marketplace/> (di akses pada Kamis, 12 November : 19.14)
15. <https://pendidikan.co.id/hipotesis/> (di akses pada Sabtu, 28 November : 11.24)
16. <https://www.spssindonesia.com/2017/03/uji-analisis-regresi-linear-sederhana.html> (di akses pada Kamis, 29 Juli : 19.03)
17. <https://penelitianilmiah.com/regresi-linier-sedehana/> (di akses pada Kamis, 29 Juli : 19.36)
18. <https://accounting.binus.ac.id/2021/08/12/memahami-uji-f-uji-simultan-dalam-regresi-linear/> (di akses pada Sabtu, 5 Agustus : 10.52)

19. <https://kumparan.com/berita-hari-ini/memahami-rumus-t-tabel-dan-cara-menghitungnya-1zkdnGcU6ST/full> (di akses pada Minggu, 6 Agustus : 20.24)
20. <https://money.kompas.com/read/2023/03/29/201100826/jumlah-pengunjung-e-commerce-merosot-pada-februari-2023?page=all#:~:text=Angka%20tersebut%20turun%2015%2C60,sebanyak%20136%2C7%20juta%20kali> (di akses pada Rabu, 9 Agustus : 20.14)
21. <https://www.detik.com/edu/detikpedia/d-6140687/ketahui-jenis-jenis-sampling-agar-tak-salah-saat-penelitian> (di akses pada Selasa, 22 Agustus 02:00)