

DAFTAR PUSTAKA

- Abdurahman, M., Muhidin, S. A., & Somantri, A. (2011). *Dasar-dasar Metode Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: CV. Pustaka Setia .
- Abiromo, B. (2014). Pengaruh Tagline Dan Brand Ambassador Terhadap Brand Awareness Produk Kartu Perdana Simpati (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta). *Skripsi*.
- Agustina, V. (2012). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan, Dan Nilai Pelanggan Dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan Joglosemar Bus. *Diponegoro Journal of Management*, 1-11.
- Bajaj, K. K., & Nag, D. (2005). *E-Commerce: The Cutting Edge of Business*. New Delhi: Tata McGraw-Hill Education.
- Bangun, B. T. (2016). Pengaruh Advertising Terhadap Pembentukan Brand Awareness Pada Zalora Indonesia. *e-Proceeding of Management : Vol.3, No.2 Agustus*, 1.
- Chaidir, M. (2018). Pengaruh Tagline Iklan Yamaha “Semakin Di Depan” terhadap Kesadaran Merek pada masyarakat Kecamatan Samarinda Ulu di kota Samarinda. *eJournal Ilmu Komunikasi Volume 6 No 1*, 391-402.
- Darmawan, D. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Darno. (2007). *Efektifitas Tagline dalam Meningkatkan Brand Awareness (Studi pada Mahasiswa Pengonsumsi Produk Rokok, Minuman Teh, dan Minuman Bersoda)*. Universitas Negeri Semarang.
- Durianto, S. D. (2004). *Brand Equity Ten-Strategi memimpin pasar*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Ferdinand, A. (2006). *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian Untuk Penulisan Skripsi, Tesis dan Disertasi Ilmu Manajemen*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hakim, B. (2006). *Dasar-dasar Kreatif Periklanan Lantaran Tapi Relevan*. Yogyakarta: PT. Galang Press Media.
- Hendrowati, R. (2009). Perbandingan Kinerja Pelayanan E-Commerce Di Tingkat Industri Keuangan (Perbankan). *Prosiding Seminar Nasional Manajemen Teknologi X*.
- Hermawan, A. (2005). *Penelitian Bisnis Pradigma Kuantitatif*. Jakarta: PT. Grasindo.
- Hoffman, D., & Fodor, M. (2010). Can You Measure the ROI of Your Social Media Marketing? *MIT Sloan Management Review Vol.52 No.1*, 41-49.

- Hofstede, G. (2001). *Culture's Consequences: Comparing Values, Behaviors, Institutions, and Organizations Across Nations*. Thousand Oaks, California: Sage Publications.
- Husein, U. (2000). *Manajemen Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Jahja, Y. (2011). *Psikologi Perkembangan*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- JD.ID. (2017, 9 14). *JD.ID Berikan Jaminan Produk Asli Lewat Kampanye #DijaminOri*. Retrieved from Jd.ID: https://www.jd.id/blog/jd-id-berikan-jaminan-produk-asli-lewat-kampanye-dijaminori_90.html
- KataData. (2017, 10 9). *Potensi Ekonomi Digital Indonesia*. Retrieved from databoks.katadata.co.id:
<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2017/10/09/inilah-potensi-ekonomi-digital-indonesia>
- KataData. (2018, 2 12). *2022, Penjualan e-Commerce Indonesia Mencapai US\$ 16 Miliar*. Retrieved from databoks.katadata.co.id:
<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2018/02/12/2022-penjualan-e-commerce-indonesia-mencapai-rp-16-miliar>
- KataData. (2018, 1 19). *YLKI: Keluhan Terbanyak Konsumen Selama 2017 Soal Toko Online*. Retrieved from <https://katadata.co.id>:
<https://katadata.co.id/berita/2018/01/19/ylki-keluhan-terbanyak-konsumen-selama-2017-soal-toko-online>
- Katawetakars, C., & Wang, C. (2011). Online Shopper Behavior: Influences of Online Shopping Decision. *Asian Journal of Business Research Vol. 1, Number 2*, 66-74.
- Kim, Y., Sohn, D., & Choi, S. M. (2011). Cultural difference in motivations for using social network sites: A comparative study of American and Korean college students. *Computers in Human Behavior 27.1*, 365-372.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Marketing Management Global Edition 14e Edition*. New Jersey: Pearson Higher Education.
- Laudon, K. C. (2009). Management Information Systems: International Edition, 11/E. In K. C. Laudon, *Management Information Systems: International Edition, 11/E*. Pearson Higher Education.
- Matondang, Z. (2009). VALIDITAS DAN RELIABILITAS SUATU INSTRUMEN PENELITIAN. *JURNAL TABULARASA PPS UNIMED Vol.6 No.1*, 87-97.
- Men, M. (2016, 9 15). *Cuma di Lazada Belanja dapat Barang Palsu, Dana Disandera*. Retrieved from <https://mediakonsumen.com>:
<https://mediakonsumen.com/2016/09/15/surat-pembaca/cuma-lazada-belanja-dapat-barang-palsu-dana-disandera>
- Natali. (2008). *Perspektif Manajemen dan Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Andi.

- Pradana, M. (2015). Klasifikasi Bisnis E-Commerce di Indonesia. *Jurnal Neo Bisnis Vol.9 No.2*, 37-38.
- Putri, S. D. (2017). Pengaruh Online Marketing Campaign #Samyangchallenge terhadap Consumer Behaviour Digital Natives Pengguna Youtube di Indonesia. *PRofesi Humas: Jurnal Ilmiah Ilmu Hubungan Masyarakat, Volume 1, No. 2*, 132-141.
- Rustan, S. (2009). *Mendesain Logo*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Saladin, D. (1994). *Dasar-dasar Manajemen Pemasaran*. Bandung: CV Mandar Maju.
- Sandhusen, R. L. (2008). Marketing, 4th Edition. In R. L. Sandhusen, *Marketing, 4th Edition* (p. 520). Hauppauge, New York: Barron's Educational Series.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2010). *Research Methods for Business: A Skill Building Approach*. John Wiley dan Sons.
- Septiyanto, I. B. (2016). Pengaruh Brand Ambassador, Tagline, Dan Jingle Iklan Versi Iklan Televisi Terhadap Brand Awareness Studi Pada Pengguna Produk Yamaha Motor). *Skripsi*.
- Strauss, J., & Frost, R. (2013). *E-Marketing (7th Edition)*. Prentice Hall.
- Sugiyono, P. D. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Tabachnick, B., & Fidell, L. (2007). *Using Multivariate Statistic (5th ed)*. New Jersey: Pearson Education Inc.
- Turban, E., Liang, T.-P., Lee, J. K., & King, D. (2004). *Electronic commerce: A Managerial Perspective*. Upper Saddle River New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Venus, A. (2004). *Manajemen Kampanye*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Waal-Montgomery, M. D. (2015, 11 16). Retrieved from [www.venturebeat.com: https://venturebeat.com/2015/11/16/amazons-other-china-rival-jd-com-hits-double-the-revenue-of-market-leader-alibaba-in-q3/](https://venturebeat.com/2015/11/16/amazons-other-china-rival-jd-com-hits-double-the-revenue-of-market-leader-alibaba-in-q3/)
- Walmsley, A. (2007). *New Media: The Age of the Trialogue*. London: The Marketer.
- Widyatama, R. (2005). *Pengantar Periklanan*. Jakarta: Buana Pustaka Indonesia.
- Zulianto, E. (2010). Analisis Pengaruh Penggunaan Tagline Dan Persepsi Konsumen Dalam Pembentukan Brand Awareness Suatu Produk (Studi Kasus Pada Iklan Coca Cola) . *Skripsi*.