

DAFTAR PUSTAKA

- Ali Hasan, *marketing*, (Yogyakarta: Media Pressindo, 2008), h.135
- Ambar Kusumaningrum. 2015. *YouTube Stickiness* (Pengaruh Continuance Motivation dan Perilaku Berbagi terhadap YouTube Stickiness pada Mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi S1 Reguler Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sebelas Maret Angkatan 2012-2014). Jurnal.
- Assael, H. (2001). *Consumers Behavior and Marketing Action (3rd edition)*. Boston: Kent Publishing Company.
- Basu Swasta dan Ibnu Sukotjo, 1999. Pengantar Bisnis Modern, Edisi Ketiga, Liberty, Yogyakarta
- Belch G, Belch M. 2004. *Advertising and Promotion 6th Ed.* New York [US]: Mc. Graw-Hill.
- Buchari Alma, *Kewirausahaan*, (Bandung: Alfabeta, 2011), h. 205
- Chirtina widya Utami, *Manajemen Pemasaran Ritel*, (Jakarta: Indeks,2008), h. 134
- Dharmmesta, Basu Swasta (1998), “*Theory of Planned Behavior: Dalam Penelitian Sikap, Niat, dan Perilaku Konsumen*,” *Kelola*, no. 18, hal 85-103.
- Djaslim Saladin, *Intisari Pemasaran dan Unsur-unsur Pemasaran*, (Bandung: Linda Karya, 2003), h.213
- Durianto, Darmadi, Cicilia Liana, 2004, “Analisis Efektivitas Iklan Televisi Softener Soft & Fresh di Jakarta dan Sekitarnya dengan menggunakan Consumer Decision Model”, Vol. 11, No. 1, Maret.
- Fandy Tjiptono, 2008. Strategi Pemasaran. Edisi ketiga. Jakarta : Andioffset.
- Ferridinadewi, Erna. 2008. *Merek & Psikologi Konsumen*. Yogyakarta: Graha ilmu
- Freddy Rangkuti. 2004. *Flexible Marketing, Teknik Agar Tetap Tumbuh dalam Situasi Binis yang Bergejolak dan Analisis Kasus*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Edisi Ketujuh. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hooda, S., dan Aggarwal, S. 2012. Consumer Behaviour Towards E-Marketing: A Study of Jaipur Consumers. *Journal of Arts, Science & Commerce*, 3(4): 107-118.

- Jamaludin, A., Arifin, Z., dan Hidayat, K. 2015. Pengaruh Promosi Online dan Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian (Survei pada Pelanggan Aryka Shop di Kota Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 21(1): 1-8.
- Kadir. 2015. *Statistika Terapan: Konsep, Contoh dan Analisa Data dengan Program SPSS/Lisrel dalam Penelitian*. Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada
- Kotler dan Armstrong. 2014 “*Principle of Marketing Fifteenth Edition*”. London : Pearson Education Limited.
- Kotler, Philip dan A.B. Susanto. 2000. Manajemen Pemasaran di Indonesia: *Analisis Perancangan, Implementasi dan Pengendalian*. Jakarta: Salemba Empat.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2008 (terj. Bob Sabran). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga
- Kotler, Philip. 1997. *Manajemen Pemasaran Analisis Perencanaan Implementasi Dan Kontrol*, Jilid 1, Jakarta, PT. Prehalindo.
- Laudon, Kenneth C. & Laudon, Jane P. 1998. *Management Information Systems - New Approaches to Organization & Technology. 5th edition*, New Jersey: Prentice Hall.
- Martin Khan. 2006. *Consumer Behaviour and Advertising Management*. New Delhi : New Age International Limited
- MA Morissan. 2010. Periklanan. [Terjemahan]. Jakarta (ID) : Prenada Media
- Mohammed, Rafi A., Bernard J Jaworski, Robert J. Paddison, Gordon J. 2003. *Internet Marketing Building Advantage In A Network Economy. Second Edition*. New York: McGrawHill/Irwin
- Prasetyo, B. dan Jannah, L.M. (2010). *Metode Penelitian Kuantitatif: Teori dan Aplikasi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Pribadi, W. 2010. 16 Cara Efektif Mendatangkan Pelanggan Lewat Internet: Mempromosikan Bisnis dan Menjaring Pasar Lebih Luas. Jakarta: Bukuné.
- Purnama, Lingga. 2001. *Strategic Marketing Plan*, Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Ramsunder, M. 2011. The Impact of Social Media Marketing on Purchase Decisions In The Tyre Industry. Paper. Faculty of Business and Economic Sciences Nelson Mandela Metropolitan University Business School.

- Sekaran, U. (2003). *Research Methods for Business: A Skill Building Approach 2nd Edition*. New York: John Wiley & Son.
- Sekaran, U. dan Bougie, R. (2010). *Research Method for Business: A Skill Building Approach (5th Edition)*. UK: John Wiley & Son.
- Shimp, Terrence. 2003. *Periklanan Promosi ; Komunikasi Pemasaran Terpadu. Jilid 2, Edisi kelima*. Jakarta: Erlangga.
- Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran Dasar*, (Jakarta: PT.Raja Grafindo Persada, 1999), h.256.
- Sugiyono. 2008. *Metodelogi Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta
- Suryani Tatik, 2013. *Perilaku konsumen di Era Internet dan Implikasinya pada Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Swastha, Basu. 2002. *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty.
- Utami, Santika B, 2003. *Pengaruh Paparan Iklan dan Keyakinan akan Merek Produk pada Pembentukan sikap konsumen terhadap Merek Produk*. Skripsi Fakultas Ekonomi Universitas Sebelas Maret.

Situsweb (Website)

- iPrice (2019, Oktober) “Peta e-commerce Indonesia” diambil dari <https://iprice.co.id/insights/mapofecommerce/>
- Nielsen Indonesia (2019, September 18) “Digital Ad Spend Contributes 6% of the Total Ad Spend” diambil dari <https://www.nielsen.com/id/en/press-releases/2019/digital-ad-spend-contributes-6-of-the-total-ad-spend/>
- iPrice Group (2019, Oktober 22) “10 e-commerce dengan pengunjung terbesar kuartal III – 2019” diambil dari <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/10/22/inilah-10-e-commerce-dengan-pengunjung-terbesar>
- Katadata (2018, Februari 12) “2022, Penjualan e-commerce Indonesia mencapai US\$ 16Miliar) diambil dari <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2018/02/12/2022-penjualan-e-commerce-indonesia-mencapai-rp-16-miliar>
- Tjanatjantia. Widika. (2013). Sejarah Berdirinya Youtube _ Sejarah Dunia. Retrieved from <https://canacantya.wordpress.com/sejarah/sejarah-berdirinya-Youtube>