

## DAFTAR PUSTAKA

### BUKU

- Alifahmi, Hifni. (2005). Sinergi Komunikasi Pemasaran, Integrasi Iklan, *Public Relations* dan Promosi. Jakarta : Quantum Bisnis dan Manajemen.
- Alifahmi, Hifni. (2008). *Marketing Communications Orchestra: Harmonisasi Iklan, Promosi dan Marketing Public Relations*. Jakarta: Exramedia Publishing.
- Effendy, Onong Uchjana.(2006). Ilmu Komunikasi; Teori dan Praktek.Bandung: Penerbit Remaja Rosda Karya.
- Griffin, E.M (2003). A First Look at Communication Theory. 5 th edition. Boston : McGraw Hill.
- Iriantara, Yosol. (2015). Komunikasi Bisnis Edisi 1 / 3 SKS / Modul 1-9. Universitas Terbuka : Tangerang Selatan.
- Jane, O. (2011). Analisis Potensi Partnership sebagai Moda untuk meningkatkan Kapabilitas Inovasi dan Teknologi. Jurnal Administrasi Bisnis, 7(2).
- Kotler, Philip & Kevin Lane Keller.(2009). Manajemen Pemasaran Edisi 13. Penerbit Erlangga : Jakarta.
- Kriyantono, Rahmat. (2014). Teknik Praktis Riset Komunikasi. Kencana Prenadamedia Group : Jakarta.
- Littlejohn, Stephen W. Foss, Karen A. (2009). Teori Komunkasi (*Theories of Human Communication*) edisi 9. Salemba Humanika : Jakarta Selatan.

- Moleong, Lexy.J. (2007) *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung; PT. Remaja Rosdakarya Offset
- Mulyana, D. (2003). *Metodologi Penelitian Kualitatif* . Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Nurhadi, Zikri Fahrul. (2015). *Teori - Teori Komunikasi dalam Perspektif Penelitian Kualitatif*. Ghalia Indonesia : Bogor.
- Pawito. (2007). *Penelitian Komunikasi Kualitatif*. Yogyakarta: LKIS.
- Soemanagara, Rd. (2006). *Strategic Marketing Communication; Konsep Strategik Terapan*. Bandung : Alfabeta.

## JURNAL

- Irmawati, Dewi. 2011. Pemanfaatan *E-commerce* dalam dunia Bisnis. *Jurnal Ilmiah Orasi Bisnis – ISSN: 2085-1375 Edisi Ke-VI, November 2011*
- Jane, Orphan. 2011. Analisis Potensi *Partnership* sebagai Moda untuk meningkatkan Kapabilitas Inovasi dan Teknologi. *Jurnal Administrasi Bisnis (2011), Vol.7, No.2 : hal.192–205, (ISSN:0216–1249)*
- Pradana, M. (2015). Klasifikasi jenis-jenis bisnis e-commerce di Indonesia. Neo-Bis, 9(2), 32-40.*
- Purba, Ensus Asmara. (2008). Analisis Penerapan Strategi Kemitraan terhadap Kinerja Perusahaan Biro Teknik Listrik (Studi Empiris pada hubungan PT. PLN (Persero distribusi Jateng – DIY Area pelayanan dan Jaringan Semarang dengan perusahaan Biro Teknik Listrik (BTL) di wilayah kerja APJ Semarang. *Jurnal Bisnis STRATEGI Vol. 17 No. 2 Desember 2008.*

- Purnama, M. C. (2017). *Pengaruh Digital Marketing dan Store Atmosphere terhadap Niat Beli Konsumen Hashi Ramen Cimahi (Doctoral dissertation, Universitas Widyatama)*
- Purnomo, Dwi Sasongko., Sucherly., Suryana, Yuyus S., Sari, Diana. (2018) *The Effect of Business Partnership and Innovation Management to Business Performance of Business Units of Multiplay Provider in Indonesia. Academy of Strategic Management Journal, Volume 17, Issue 2, 2018.*
- Rahmawati. 2019. *Partnership Strategy and Competitive Advantage to Improve the Performance of MSMEs in the Creative Industry. Journal of Applied Management (JAM), Volume 17 Number 4, December 2019 Indexed in Google Scholar.*
- Supriyadi. Ekawati, Ratma. 2014. *The Effect of Strategic Partnership on Innovation Capability and Business Performance of Garment Industry in West Java – Indonesia. Internation Journal of Scientific & Technology Research Volume 3, Issue 12, December 2014.*
- Wittman, Michael. A. Shelby D. Hunt. Dennis B. Arnett. 2009. *Explaining alliance success: Competences, resources, relational factors, and resource - advantage theory. Industrial Marketing Management, 38,743-756.*
- Yasa, Ni Nyoman Kerti. 2009. *Peran Partnership Strategy untuk Meningkatkan Kinerja Perusahaan (Studi pada Bank Perkrditan Rakyat di Provinsi Bali). Akreditasi No.110/DIKTI/Kep/2009. 305-329.*

**ONLINE**

IPrice. Tampil Stylish Tapi Hemat, Ini 6 Tips Belanja dengan Promo ZALORA 11.11.daikses pada 5 Desember 2019

<https://iprice.co.id/trend/gaya-hidup/ini-6-tips-belanja-dengan-promo-zalora11-11/>

Martyak, Maria (2014,29 Maret) Marketing Partnerships: 6 Crucial Elements. Dikutip pada 9 November 2019 melalui website

<https://www.powerlinx.com/blog/marketing-partnerships-strategies/>

Technologue. Singles Day, Zalora Beri Potongan Harga Hingga 80%. dikases pada 6 Desember 2019 [https://technologue.id/singles-day-zalora-beri-potongan-harga-hingga-80/amp /](https://technologue.id/singles-day-zalora-beri-potongan-harga-hingga-80/amp/)

Zalora Indonesia, Tentang Zalora. [www.zalora.co.id/about/](http://www.zalora.co.id/about/).daikses pada 5 Desember 2019

Zalora Indonesia. Zalora Advertising Platform diakses pada 5 Desember 2019 <https://ads.zalora.com/>