

DAFTAR PUSTAKA

BUKU

- Ritzer, George. 2011. *Sosiologi Ilmu Pengetahuan Berparadigma Ganda*, Jakarta: Rajawali Pers
- AG. Suyono, Sri Sukmawati, Pramono. 2012. *Pertimbangan Dalam Membeli Produk Barang Maupun Jasa*. Intidayu Press. Jakarta.
- Maryanto, R. 2. (2017). *Pengantar Digital Marketing: Modul Praktikum Manajemen Pemasaran Berbasis IT*. Jakarta: Rusmanto Self-publishing.
- Chaffey, D. &. (2017). *Digital marketing excellence : planning and optimizing your online marketing Fifth edition*. . New York: Routledge.
- Febriani, N. &. (2018). *Riset Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Malang: UB Press.
- Chaffey, D. &. (2017). *SEventh Edition Digital Marketing Strategy, Implementation And Practice*. UK: Pearson.
- Ardianto, E. 2.–8. (2011). *Metodologi Penelitian untuk Public Relations Kuantitatif dan Kualitatif*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media Wijaya, Bambang Sukma
- The Development of Hierarchy of Effects Model in Advertising.
- Rahmat, M. 2. (2016). *Bisnis Online Edisi Revisi*. Jakarta: Informatika.
- Solomon, M. R. (2011). *Consumer Behavior*. New Jersey: Pearson Addison Wesley.
- Lovelock, C. d. (2011). *“Pemasaran Jasa Perspektif edisi 7*. Jakarta: Erlangga.
- Hoyer, D. d. (2010). *Consumer Behavior 5th edition*. South Western Publishing: South Western Publishing.
- Moleong, L.J. (2010). *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung: Remaja Rosdakarya
- Suryana, 2. B. (2010). *Metode Penelitian Model Praktis Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Bandung: UPI.
- Creswell, J. W. (2010). *Research design: pendekatan kualitatif, kuantitatif, dan mixed*. Yogyakarta: PT Pustaka Pelajar.
- Ardianto, E. (. (2016). *Metodologi Penelitian Untuk Public Relations*. Bandung: Simbiosis.

- Alfabet., S. (. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: PT Alfabet.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.CV
- Silalahi, U. 2. (2010). *Metode Penelitian Sosial*. Jakarta: Refika Aditama.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Hanlon, A. &. (2016). *Digital Marketing Models Frameworks and tools for digital audits, planning and strategy*.

JURNAL

- Rahastine, M. (2017). Strategi Komunikasi Pemasaran The Flat Shoes Company Dalam Menghadapi Persaingan Bisnis Online Shopping Di Indonesia. *Jurnal Komunikasi*, v.8, n.2, p. 81-91.
- Loekamto, A. (2012). Implementasi Technology Acceptance Model (TAM) Dalam Online Shopping. *Kajian Ilmiah Mahasiswa Manajemen*, Vol 1 No 3.
- Nursatyo. (2018). Strategi Komunikasi Pemasaran Digital Situs Pembanding Harga Telunjuk.com. *Jurnal Ilmu Komunikasi* , Vol 1. No.2 hal 46-68.
- Afrilia, A. M. (2018). DIGITAL MARKETING SEBAGAI STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN “WAROENK ORA UMUM” DALAM MENINGKATKAN JUMLAH KONSUMEN. *Jurnal Riset Komunikasi*, Vol.1 No.1.
- Nursatyo. (2018). Strategi Komunikasi Pemasaran Digital Situs Pembanding Harga Telunjuk.com. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, Vol 1. No.2.
- Rapitasari, D. (2016). DIGITAL MARKETING BERBASIS APLIKASI SEBAGAI STRATEGI MENINGKATKAN KEPUASAN PELANGGAN. *Jurnal Cakrawala*, Vol. 10 No. 2 .

Dedi Purwana, R. S. (2017). PEMANFAATAN DIGITAL MARKETING BAGI USAHA MIKRO, KECIL, DAN MENENGAH (UMKM) DI KELURAHAN MALAKA SARI, DUREN SAWIT. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Madani JPMM*, Vol. 1 No. 1.

Firman, F. d. (2017). PERAN DIGITAL MARKETING TERHADAP BRAND EQUITY PRODUK PARIWISATA. *Jurnal Unej*, hal 406-610.

Drokina B.I (2018). Essential Digital marketing Tools Across The Race Planning Frameworks. *Jurnal Ekonomi dan manajemen Usaha*, Edisi 5 (16)