

DAFTAR PUSTAKA

- Ade Candra Gunawan, Febsri Susanti (2019). Pengaruh Bauran Promosi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Maybelline Di Kota Padang. 2019 <https://osf.io/preprints/inarxiv/npqjh/> (Di Akses 20 Juli 2022)
- Andirani, D. *Pengaruh Brand Awareness Dan Brand Image Marketplace Shopee Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pada Mahasiswa Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar. (Skripsi)*
- Anggraeni, Septiya. (2018). *Pengaruh Advertising, Public Relations, Personal Selling, Dan Sales Promotion Terhadap Minat Menabung Di Bni Syariah Kc Surakarta. (Skripsi)*. Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, Jurusan Perbankan Syariah S1. Institut Agama Islam Negeri Salatiga.
- Assael. 2002. *Consumer Behavior*. Edisi Bahasa Indonesia. New Jersey: Prentice-Hall Inc.
- Budiastuti, D., & Bandur, A. (2018). *Validitas Dan Reliabilitas Penelitian. Dilengkapi Analisis Data Dengan Nvivo, Spss, Dan Amos*, Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Dzulfiqar, R., Zuliestiana, D., Promotion, S., Pembelian, K., & Berganda, R. L. (2017). Pengaruh Advertising Dan Sales Promotion Melalui Media Sosial "Instagram" Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Official Store Pot Meets Pop Bandung) The Effect Of Advertising And Sales Promotion Through Social Media " Instagram " On Purchase Decis. 4(2), 1366–1374.
- Febriana, C. N., Kumadji, S., & Mawardi, M. K. (2015). *Pengaruh Iklan Televisi Terhadap Kesadaran Merek Serta Dampaknya Pada Keputusan Pembelian*. Jurnal Administrasi Bisnis Vol. 25, 1-7.

- Khusnaeni, N. L., (2016). *Pengaruh Iklan Terhadap Sikap Konsumen Serta Dampaknya Pada Keputusan Pembelian. (Skripsi)*. Universitas Brawijaya. Tidak Dipublikasikan.
- Korimesinta, Y. (2016). *Pengaruh Brand Knowledge Dan Sales Promotion Terhadap Keputusan Pembelian. (Skripsi)*. Universitas Brawijaya. Tidak Dipublikasikan
- Kotler, P., & Amstrong, G. Philip Dan Kevin Lanekeller. 2008. *Manajemen Pemasaran Jilid I Edisi Ke, 13*.
- Matondang, Z. (2009). Validitas Dan Reliabilitas Suatu Instrumen Penelitian. *Jurnal Tabularasa*, 6(1), 87-97.
- Nasution, A. U. (2021). *Pengaruh Social Media Marketing Dan Online Customer Review Terhadap Minat Beli Pada Marketplace Tokopedia (Studi Kasus Pada Mahasiswa Jurusan Manajemen Feb Usu)*. (Skripsi)
- Nugraha, A. (2019). *Pengaruh Advertising Dan Sales Promotion Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pada Shopee Melalui Brand Awareness. (Skripsi)* (Doctoral Dissertation, Universitas Brawijaya).
- Prasetyo, D. D., Yulianto, E., & Sunarti, S. (2016). *Pengaruh Iklan Secara Online Terhadap Keputusan Pembelian (Survey Pada Mahasiswa Pengguna Produk Telkomsel Internet 4g Lte)*. Fakultas Ilmu Administrasi, Universitas Brawijaya Malang. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 41(1), 170-174.
- Purwoko, Wakhidah Moya (2021) *Pengaruh Kepercayaan Dan Resiko Bertransaksi Di E-Commerce Shopee Terhadap Keputusan Membeli Yang Dimediasi Oleh Variabel Kepuasan (Studi Kasus Pada Mahasiswa Stie Indonesia Jakarta)*. Skripsi Thesis, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonnomi Indonesia Jakarta.
- Rahmah, R. S. N (2018). *Pengaruh Advertising Dan Sales Promotion Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Citra Merek (Studi Pada Konsumen Bukalapak Di Bandarlampung)*. (Skripsi). Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik, Universitas Lampung.

Rofiq, A. (2013). *Pengaruh Penerapan AIDA (Attention, Interest, Desire, Action) Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Pada Pembeli Kartu Perdana IM3 di Lingkungan Mahasiswa Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Angkatan 2012)*. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 3(1).

Romli, K. (2017). *Komunikasi massa*. Gramedia Widiasarana Indonesia.

Santoso, H. P., (2009). *Pengaruh Iklan Televisi Terhadap Keputusan Pembelian*. (Skripsi, Universitas Brawijaya. Tidak dipublikasikan)

Yasin, Rio Adrianto. (2020). Pengaruh Advertising, Sales Promotion, dan Personal selling terhadap Keputusan Pembelian Pada usaha MA 100 BRUSCHETTA. *PERFORMA: Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*. Vol 5 (5). hlm. 360-368

Internet

APJII (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia)

<http://staffnew.uny.ac.id/upload/132232818/pendidikan/Analisis+Kuantitatif.pdf/>
diakses pada tanggal 13 Juni 2021 pukul 12.55 WIB

<https://careers.shopee.co.id/about> diakses pada tanggal 17 Juli 2022 pukul

<https://katadata.co.id/desysetyowati/digital/5ea92f034c534/shopee-dan-blibli-bidik-transaksi-naik-empat-kali-lipat-selama-ramadan>

<https://m.kominfo.go.id/content/detail/8353/paket-kebijakan-ekonomi-xiv-peta-jalan-e-commerce/0/berita>

<https://money.kompas.com/read/2021/02/24/072440626/5-e-commerce-yang-paling-banyak-dikunjungi-di-indonesia?page=all/> diakses pada 28 April 2021 14.50 WIB

<https://setkab.go.id/inilah-perpres-no-74-tahun-2017-tentang-road-map-e-commerce-tahun-2017-2019/>

<https://tekno.kompas.com/read/2021/02/23/16100057/jumlah-pengguna-internet-indonesia-2021-tembus-202-juta/> diakses pada tanggal 28 April 2021 pukul 11.30 WIB

<https://www.cnbcindonesia.com/tech/20210421232912-37-239796/bukan-shopee-ini-juara-marketplace-ri-di-kuartal-i-2021>

<https://www.similarweb.com/> diakses pada tanggal 17 Juli 2022 pukul

Universitas
Esa Unggul

Univers
Esa



Universitas
Esa Unggul

Univers
Esa