

## DAFTAR PUSTAKA

### BUKU

- Nasrullah, Rulli. (2015). Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya, Dan Socioteknologi. Simbiosis Rekatama Media: Bandung.
- Sutisna. (2002). Perilaku Komunikasi Dan Komunikasi. Remaja Rosdakarya: Bandung.
- Suharsaputra. (2012). Metode Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif, Dan Tindakan. Refika Aditama: Bandung.
- Sunyoto. (2012). Konsep Dasar Riset Pemasaran Dan Perilaku Konsumen. CAPS (Center Of Academic Publishing Service).
- Vera. (2016). Komunikasi Massa. Ghalia Indonesia.
- Pratama. (2015). E-Commerce, E-Business, Dan Mobile Commerce. Informatika Bandung.
- Wibowo. (2018). Iklan Televisi Dan Perlindungan Hukum Bagi Konsumen. Mandar Maju.
- Sugiyono. (2013). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D. Alfabeta.
- Jaya Mertha Laut I Made. (2020). Metode Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif. Quadrant: Yogyakarta
- Sugiyono. (2015). Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan R & D). Alfabeta: Bandung

### SKRIPSI

- Tantia, Ruby. (2019) Pengaruh Iklan Shopee Versi Jokowi Terhadap Keputusan Pembelian. Skripsi. Tidak Diterbitkan Fakultas Ilmu Komunikasi Dan Bisnis. Universitas Telkom: Bandung.
- Fauzan, Ilyas Rizqi. (2019) Pengaruh Electronic Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Warung Kopi Purnama. Skripsi. Tidak Diterbitkan. Fakultas Ilmu Komunikasi Dan Bisnis. Universitas Telkom: Bandung.

Adhyatman, Tirto Bagus. (2018) Pengaruh Iklan Youtube Monster Hunter World Versi Ps4 Story Of Yamada The Almighty Monhun World Geek Terhadap Keputusan Pembelian Pada Komunitas Playstation 4 Indonesia. . Skripsi. Tidak Diterbitkan. Fakultas Ilmu Komunikasi Dan Bisnis. Universitas Telkom:Bandung.

Sakdi, Fatihus. (2012) Pengaruh Iklan Televisi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pencuci Piring Sunlight (Studi Pada Ibu Rumah Tangga Di Kelurahan Labuhbaru Barat Kecamatan Payung Sekaki. Skripsi. Tidak Diterbitkan. Fakultas Ekonomi Dan Ilmu Sosial. Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau: Pekan Baru.

Kurniasari, Nova Dhita. (2013). Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Konsumen Waroeng Steak & Shake Cabang Jl. Sriwijaya 11 Semarang). Skripsi. Tidak Diterbitkan.Fakultas Ekonomika Dan Bisnis. Universitas Diponegoro: Semarang.

Lesmana, Adi Seno. (2014). Analisis Pengaruh Iklan, Persepsi Kemudahan, Dan Reputasi Terhadap Minat Beli Handphone Pada Situs Layanan Iklan Baris Online (Studi Pada Tokobagus.Com). Skripsi. Tidak Diterbitkan. Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta: Yogyakarta.

## **JURNAL**

Wibowo, Setyo Ferry., Karimah, Maya Puspita. (2012). Pengaruh Iklan Televisi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sabun Lux (Survei Pada Pengunjung Mega Bekasi Hypermall). Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (Jrmsi). Vol. 3, No. 1

Mongi, Lidya., Mananeke, Lisbeth., Repi, Agusta. (2013). Kualitas Produk, Strategi Promosi dan Harga Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Kartu

Simpati Telkomsel Di Kota Manado. Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi. Issn 2303-1174. Vol.1 No.4, Hal. 2336-2346.

Megawati., Linda, Muthia Roza. (2014). Pengaruh Iklan Online Pada Situs Jejaring Sosial Facebook Terhadap Keputusan Pembelian Online Pada Masyarakat Kota Padang. Jurnal Kajian Manajemen Bisnis. E-Issn: 2622-0865. Volume 3. No 2.

Wicaksono, Mohammad Pambudi Ary., Seminari, Ni Ketut. (2016). Pengaruh Iklan Dan Word Of Mouth Terhadap Brand Awareness Traveloka. E-Jurnal Manajemen. Issn 2302-8912. Vol 5, No 8.

Ningsih, Nurul Fitria., Komalawati, Euis., Rosma, Angelika. (2019). Pengaruh Iklan Televisi The Botol Sosro Versi “Semeja Bersaudara” Dan Iklan Instagram Versi “Serunya Jalan Terus” Terhadap Citra Merek. Jurnal Komunikasi. P-Issn 2580-8338. E-Issn 2621-1564. Vol. 3, No. 2.

Handika, Made Resta., Maradona, Agus Fredy., Darma, Gede Sri. (2018). Strategi Pemasaran Bisnis Kuliner Menggunakan Influencer Melalui Media Sosial Instagram. Jurnal Manajemen Bisnis. Issn : 1829-8486. Vol 15, No 2

Mazdayani, Sayekti Dwi Wuryaningsih, Nugraha Adia. (2014). Pengaruh Pengetahuan, Keterampilan, Motivasi Dan Kompensasi Terhadap Kinerja Mandor Sadap Di Pt Perkebunan Nusantara Vii (Persero). Jurnal Ilmu – Ilmu Agribisnis. P – ISSN No.2337-7070, E-ISSN No. 2620-4177. JIIA, VOLUME 2 No. 3, JUNI 2014.

- Goldsmith, R. And Lafferty, B. (2002), "Consumer Response To Web Sites And Their Influence On Advertising Effectiveness", *Internet Research*. ISSN 1066-2243. Vol. 12 No. 4, Pp. 318-328. <https://doi.org/10.1108/10662240210438407>
- Hanaysha, J. (2018), "An Examination Of The Factors Affecting Consumer's Purchase Decision In The Malaysian Retail Market", *PSU Research Review*. ISSN 2398-4007. Vol. 2 No. 1, Pp. 7-23. <https://doi.org/10.1108/prr-08-2017-0034>
- Phua, Joe., Jin, Seunga Venus., Hahm, Jung Min. (2017). Celebrity-Endorsed E-Cigarette Brand Instagram Advertisements: Effects On Young Adults' Attitudes Towards E-Cigarettes And Smoking Intentions. *Journal Of Health Psychology*. <https://doi.org/10.1177/1359105317693912> Volume: 23 Issue: 4, Page(S): 550-560.
- Ayanwale, Adeolu B., Alimi, Taiwo., Ayanbimipe, Matthew A. (2017). The Influence Of Advertising On Consumer Brand Preference. *Journal Of Social Sciences*. <https://doi.org/10.1080/09718923.2005.11892453>. Vol 10.
- Lay-Yee, Karen Lim., Kok-Siew, Han., Yin-Fah, Benjamin Chan. (2013). Factors Affecting Smartphone Purchase Decision Among Malaysian Generation Y. *International Journal Of Asian Social Science*. ISSN(E): 2224-4441/ISSN(P): 2226-5139.

## INTERNET

Logo Tokopedia. (2019, September 8). Diambil kembali dari <https://www.tokopedia.com/about/>

Jumlah pengguna dan penjual. (2019, september 8). Diambil kembali dari <https://www.tokopedia.com/about/>

Pengguna Internet. (2019, September 8). Diambil Kembali Dari <https://Andi.Link/Hootsuite-We-Are-Social-Indonesian-Digital-Report-2019/>

Peringkat e – commerce. (2019, September 8). Diambil kembali <https://Iprice.Co.Id/Insights/Mapofecommerce/>

Data aktif media sosial. (2019, September 8). Diambil kembali <https://Andi.Link/Hootsuite-We-Are-Social-Indonesian-Digital-Report-2019/>

Pengguna aktif tokopedia. (2019, September 8). Diambil kembali dari <https://wartakota.tribunnews.com/2018/12/07/tokopedia-dan-shoppe-paling-banyak-dikunjungi-dan-dibeli>

Wicaksono. (2020, februari 20). Kampanye Iklan Tokopedia Terbaru Garapan Flock Bawa Pesan Penting bagi Pemuda Indonesia. Diambil kembali dari <https://marketing.co.id/kampanye-iklan-tokopedia-terbaru-garapan-flock-bawa-pesan-penting-bagi-pemuda-indonesia/>

Program tokopedia. (2019, September 8). Diambil kembali dari <https://dailysocial.id/post/maker-fest-2018>