

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad Saputra, SE., MM, Corinna Wongsosudono, SE., M. (2017). Analisis Pengaruh Penerapan E-Commerce dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen. *ISSN 1858-3199 Jurnal Manajemen Bisnis STTIE IBBI*, 27.
- Andrian, 2019. (2019). *The Digital Marketing and Product Variety towards Purchasing Interest in Online Store Shopee (Case Study to Students of Class of 2016 Management Department Faculty of Economic University of Bhayangkara Jakarta Raya)*. 3, 14–24.
- Andrian, W. W. (2020). The Impact of Online Shopping Services and Satisfaction Levels to Customer's Loyalty. *American Journal of Humanities and Social Sciences Research (AJHSSR)*, 4(1), 30–39. Retrieved from www.ajhssr.com
- Bebas, W. E. (n.d.). No Title. In <https://id.wikipedia.org/wiki/Shopee>. Retrieved from <https://id.wikipedia.org/wiki/Shopee>.
- Dharmmesta, B. S. (2014). Peran Pemasaran dalam Perusahaan dan Masyarakat. *Marketing Management*, 1–38.
- Dr. M. Anang Firmansyah, S.E., M. M. (2019). *Pemasaran (Dasar dan Konsep)*. Penerbit Qiara Media.
- Drucker, P. F. (2018). The Essential Drucker. In *The Essential Drucker*. <https://doi.org/10.4324/9780080939322>
- Ekonomi, F., & Manajemen, J. (2016). *ISSN 2303-1174 J. G. Poluan., G.G. Lumintang., V.N. Untuk Pengaruh Periklanan*. 4(3), 671–681.
- Elrado, M., Kumadji, S., & Yulianto, E. (2014). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan, Kepercayaan dan Loyalitas. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 15(2), 1–9.
- Elsa, A., & Samboro, J. (n.d.). Pengaruh Kualitas Layanan dan Periklanan Terhadap Keputusan Pembelian di Bandoeng Guest House Malang. *J A B Jurnal Aplikasi Bisnis E-ISSN: 2407-5523 ISSN :2407-3741*.

- Fandy Tjiptono, P. . dan G. C. (2017). *Pemasaran Strategik Edisi 3* (3rd ed.). Penerbit ANDI (Anggota IKAPI).
- Ghozali. (2011). Tujuan Uji Normalitas. In *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19*. Semarang.
- H., & Widagdo STIE MDP, H. (2011). *Forum Bisnis Dan Kewirausahaan Jurnal Ilmiah STIE MDP Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Dan Promosi Terhadap Keputusan Konsumen Membeli Komputer Pada PT. XYZ Palembang*. *I(1)*, 1–10. Retrieved from [http://eprints.mdp.ac.id/303/1/Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Dan Promosi Terhadap Keputusan Konsumen Membeli Komputer Pada PT. XYZ Palembang.pdf](http://eprints.mdp.ac.id/303/1/Analisis%20Pengaruh%20Kualitas%20Layanan%20Dan%20Promosi%20Terhadap%20Keputusan%20Konsumen%20Membeli%20Komputer%20Pada%20PT.%20XYZ%20Palembang.pdf)
- Hanif Danang Prasetyo, D. P. (n.d.). Pengaruh E-Service Quality dan E-Security Seals Terhadap E-Satisfaction Melalui Keputusan Pembelian Konsumen E-Commerce. *Jurnal Administrasi Bisnis, Volume 5 N*.
- Junedi, A. (n.d.). Analisis Pagaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Iklan Terhadap Keputusan Konsumen Dalam Menggunakan Jasa Logistik JNE (Studi Kasus CV. Cipta Abdi Mandiri di Daerah Cengkareng). *Jurnal OE, Volume VI*, Junedi 134 – 151.
- Kannan, P. K., & Li, H. “Alice.” (2017). Digital marketing: A framework, review and research agenda. *International Journal of Research in Marketing*, *34(1)*, 22–45. <https://doi.org/10.1016/j.ijresmar.2016.11.006>
- Kotler, P. (2005). *Manajemen Pemasaran Jilid 2* (Edisi Baha). Jakarta: PT. INDEKS Kelompok Gramedia.
- Kotler, P. (2017). *Kotler Marketing Group*.
- Mawara, Z. R. (2013). Periklanan dan Citra Merek Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Kendaraan Bermotor Yamaha. *Emba*, *1(3)*, 826–835. <https://doi.org/2303-1174>
- Philip Kotler dan A.B. Susanto. (2000). *Manajemen Pemasaran Di Indonesia, Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian* (Edisi Pert). Jakarta: Penerbit Salemba Empat.

- Poluan, J. G., Lumintang, G. G., & Untu, V. N. (2016). Pengaruh Periklanan Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Coca-cola (Studi Kasus Pada PT. Bangun Wenang Beverage Company Manado). *Jurnal EMBA*, 4(ISSN 2303-1174), 671–681.
- Priccila Natalia dan Mumuh Mulyana. (2014). Pengaruh Periklanan Dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan, Vol. 2 No.*
- Prof. Dr. Alo Liliweri, M. S. (2011). *Komunikasi Serba Ada Serba Makna*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Purwana, D., Rahmi, R., & Aditya, S. (2017). Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (UMKM) Di Kelurahan Malaka Sari, Duren Sawit. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Madani (JPMM)*, 1(1), 1–17. <https://doi.org/10.21009/jpmm.001.1.01>
- Rahman, A. (2010). *Strategi Dahsyat Marketiing Mix*. Jakarta Selatan: Transmedia Pustaka.
- S.S, T. J. N., & Permatasari, I. R. (n.d.). Pengaruh Iklan dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Merek Converse Pada Mahasiswa D4 Jurusan Administrasi Niaga Politeknik Negeri Malang. *JAB Jurnal Aplikasi Bisnis*.
- Siagian, H., & Cahyono, E. (2014). Analisis Website Quality, Trust Dan Loyalty Pelanggan Online Shop. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 8(2), 55–61. <https://doi.org/10.9744/pemasaran.8.2.55-61>
- Sugiyono. (2013). Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitaif, Kualitatif, dan R&D. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitaif, Kualitatif, Dan R&D*, pp. 283–393. <https://doi.org/10.1007/s13398-014-0173-7.2>.
- V. Wiratna Sujarweni. (2015). *Statistik Untuk Bisnis & Ekonomi*. Yogyakarta: PustakaBaruPress.
- Wenas, R., Sepang, J., & Togas, N. M. (2014). Periklanan, Penjualan Pribadi, Promosi Penjualan, dan Publisitas terhadap Keputusan Pembelian pada Penerbit Andi Cabang Manado. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis*

Dan Akuntansi, 2(4), 578–588.

Wicaksono, M., & Seminari, N. (2016). Pengaruh Iklan Dan Word of Mouth Terhadap Brand Awareness Traveloka. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 5(8), 5098–5127.

Widagdo, H. (2011). Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Dan Promosi Terhadap Keputusan Konsumen Membeli Komputer Pada PT. XYZ Palembang. *Forum Bisnis Dan Kewirausahaan Jurnal Ilmiah STIE*, 1(1), 1–10. Retrieved from <http://eprints.mdp.ac.id/303/>

