

## DAFTAR PUSTAKA

- Ababio, A.G. & Yamoah, E.E. 2016, 'Effect of advertising on the brand loyalty of cosmetic products among college students', *International Review of Management and Marketing*, vol. 6, no. 1, pp. 11–5.
- APJII. (2019). Hasil Survei. [online]. <https://www.apjii.or.id/survei2018>. (diakses 1 Desember 2019).
- Ariadi, S. & Sarino 2014, 'PENGARUH MEDIA SOSIAL TWITTER TERHADAP LOYALITAS MEREK INDOSAT IM3', *Jurnal Ilmu Manajemen*, vol. 2.
- Carlsson, N. & Eager, D. 2017, 'Ephemeral content popularity at the edge and implications for on-demand caching', *IEEE Transactions on Parallel and Distributed Systems*, vol. 28, no. 6, pp. 1621–34.
- Dhaeswara, V. A. (2019). Pengaruh Tagline “Gratis Ongkir” Shopee Terhadap Keputusan Berbelanja Online Pada Masyarakat (Studi Pada Masyarakat Kota Bandar Lampung).
- Dinawan, M. R. SE. (2010). ANALISIS FAKTOR – FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi kasus pada konsumen Yamaha Mio PT Harpindo Jaya Semarang). *JURNAL SAINS PEMASARAN INDONESIA*. Volume IX, No. 3, Desember 2010, halaman 335 – 369
- Francis, T., & Hoefel, F. (2018). 'True Gen': Generation Z and its implications for companies McKinsey & Company, New York.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Haryanto, A. T. 2020. *APJII Sebut Jumlah Pengguna Internet di Indonesia Naik Saat Pandemi*. [Online] Available at: <https://inet.detik.com/> [Accessed 21 October 2020].

- Hutomo Atman Maulana & Yunelly Asra (2019). Analisa Pengaruh Promo Gratis Ongkos Kirim terhadap Keputusan Pembelian pada E-commerce oleh Generasi Z di Daerah Pedesaan
- Kotler, P and Armstrong, G. (2012). *Prinsip-prinsip Pemasaran*, Edisi 13, Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P and Armstrong, G. (2014). *Principle of Marketing*, 15th Edition. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Kotler, P and Keller, K. L. (2016). *Marketing Management, 15th Edition*. New Jersey: Pearson Internasional Edition.
- Laurensia Citra Sandra, Maria Francisca Lies Ambarwati (2020). Jurnal “Pengaruh Iklan Youtube Transportasi Online Terhadap Keputusan Konsumen Gojek Di Wilayah Kelapa Gading, Jakarta Utara”
- Maulana, H. A., & Asra Y. (2019). Analisa Pengaruh Promo Gratis Ongkos Kirim terhadap Keputusan Pembelian pada E-commerce oleh Generasi Z di Daerah Pedesaan. *Inovbiz: Jurnal Inovasi Bisnis* 7 (2019) 162-165
- Pink, B. 2020. *Bank Indonesia Memperkirakan Transaksi e-Commerce Bisa Rp 429 Triliun Tahun Ini*. [Online] Available at: <https://kontan.co.id/> [Accessed 12 April 2021].
- Ramadhan, R. S. (2018). Pengaruh Promosi Gratis Ongkos Kirim Shopee Terhadap Keputusan Pembelian Mahasiswa di Yogyakarta.
- Santia, T. 2020. *Riset MarkPlus: Shopee Jadi e-Commerce yang Banyak Dipakai pada Kuartal III 2020*. [Online] Available at: <https://liputan6.com/> [Accessed 12 April 2021].
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Su'aidy, S., Soehardi, S., Winarso, W., Syarief, F., Untari, D.T. 2021. *Supplier Selection of 40th Container In Pt Tribudhi Pelita Indonesia Using Analytical Hierarchy Process (Ahp) Method Academy of Strategic Management Journal*, 2021, 20(SpecialIssue2), pp. 1-6

- Tjiptono, Fandy & Chandra, G. (2012). *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta: Andi.
- Tulangow, S. G., Tumbel, T. M., & Walangitan O. (2019). Pengaruh Promosi dan Harga Terhadap Keputusan Pada Pembelian PT. Shopee International Indonesia Di Kota Manado. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*. Vol. 9 (3): 36
- Wikipedia. 2020. *Bukalapak*. [Online] Available at: <https://id.wikipedia.org/> [Accessed 14 Mei 2021].
- Yuniyanto, H. R., & Sirine, H. (2018). Pengaruh Iklan Terhadap Minat Beli Pengguna Youtube Dengan Brand Recognition sebagai Variabel Intervening. *Esensi: Jurnal Bisnis dan Manajemen*. Vol. 8 (1): 21 – 28. doi: 10.15408/ess.v8i1.5885.

