

## Daftar Pustaka

- Afdjani, H. (2013). *Ilmu Komunikasi*. Tangerang: Indigo Media.
- Andrews, J. C., & Shimp, T. A. (2018). *Advertising, Promotion, And Other Aspects Of Integrated Marketing Commucinations*. Boston: Cengage Learning.
- Djaali. (2015). *Statistika Terapan*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Firmanysah, A. (2020). *Komunikasi Pemasaran*. Pasuruan: Penerbit Qiara Media.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program Ibm Spss 25*. Semarang: Undip.
- Ghozali, I. (2020). *Desain Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Gunawan, M. A. (2015). *Statistik Penelitian Bidang Pendidikan, Psikologi, Dan Sosial*. Yogyakarta: Parama Publishing.
- Hardani, Auliya, N. H., & Andriani, H. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*. Yogyakarta: Pustaka Ilmu.
- Haryani, D. S. (2019). Pengaruh Periklanan Dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Perumahan Griya Puspandari Asri Tanjungpinang. *Dimensi*, 54 - 70.
- Kotler, P., Keller, K. L., Brady, M., Goodman, M., & Hansen, T. (2019). *Marketing Management*. Harlow: Pearson.
- Morrisan. (2015). *Periklanan Komunikasi Terpadu*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Mulyana, P. N. (2014). Pengaruh Periklanan Dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 119 - 128.
- Napitupulu, R. B., Sirait, C. B., & Zega, Y. (2022). Pengaruh Iklan Dan Promosi Penjualan Shopee Terhadap Keputusan Pembelian Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Darma Agung Medan. *Jurnal Global Manajemen*, 40 - 51.
- Panuju, R. (2019). *Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Kencana.
- Putra, A. (2018). Pengaruh Advertising, Personal Selling, Sales Promotion, Dan Direct Selling Terhadap Keputusan Pembelian Aplikasi Lenna. *Jurnal Ekonomika Dan Manajemen*, 76 - 93.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

We Are Social. (2022, January 26). *Digital 2022: Another Year Of Bumper Growth*.  
Diambil Kembali Dari We Are Social:  
<https://wearesocial.com/uk/blog/2022/01/digital-2022-another-year-of-bumper-growth-2/>

Yosepha, S. Y., & Sulhendri, S. A. (2021). Pengaruh Iklan Di Media Sosial Dan Potongan Harga (Diskon) Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Blibli.Com Dengan Pajak Sebagai Variabel Faktual. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 238 - 249.