

DAFTAR PUSTAKA

Buku :

- A, Shimp Terence. (2003). *Periklanan Promosi&Aspek Tambahan Komunikasi pemasaran.Terpadu*. Jilid I (edisi 5), Jakarta : Erlangga.
- A.M, Morissan. 2010. *Periklanan komunikasi pemasaran terpadu*, Penerbit Kencana : Jakarta.
- Belch & Belch *Advertising and Promotion* (2012) Konsep Daya Tarik Iklan, Jakarta : Erlangga.
- Donni Junni Priansa. (2017). *Perilaku Konsumen dalam Bisnis Kontemporer*. Alfabeta : Bandung.
- Febriana, Kumadji, S. & Mawardi, M. K. 2015. *Media Television Advertising*. Jakarta : Kencana Prenada Media.
- Ferdinand, Augusty. 2006. *Metode Penelitian Manajemen*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane. 2008. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13. Erlangga : Jakarta.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2012. *Manajemen Pemasaran, 14th Edition*. United States of America: Pearson.
- Kotler, Philip.2003. *Manajemen Pemasaran. Edisi kesebelas*, Indeks kelompok Gramedia : Jakarta.
- Kriyantono, Rachmat. 2006. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta : Kencana. P.T Indeks Gramedia.
- Lee, Monle dan Carla Johnson. 2007. *Prinsip-prinsip Periklanan Dalam Persfektif Global*. Diterjemahkan Oleh Haris Munandar dan Dudi Prianta. Jakarta : Kencana Prenada Media.
- Monle, Carla Jhonson. Lee. 2011. *Prinsip-Prinsip Pokok Periklanan dalam Perspektif Global*. Prenada Media Kencana.
- Moriarty, Sandra, Nancy Mitchell, dan William Wells. (2011). *Advertising* Edisi 8. KencanaPrenada Media Grup : Jakarta.
- Schiffman dan Kanuk. 2008.*Perilaku Konsumen*. Edisi 7. Indeks : Jakarta.

Sugiyono, 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta.

Jurnal :

Puspita, Dewi. 2016. *Pengaruh Iklan Televisi Terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian Minuman Cola-Cola (Studi kasus pada PT. Bangun Wenang Beverage Company)*. Bandung : Jurnal Emba. Vol. 4, No. 3 (2016).

Wahida, Nur. 2017. *Pengaruh Iklan Televisi Terhadap Keputusan Pembelian konsumen (Studi pada produk Bakmi Mewah)*. Bandung: Jurnal Ekonomi Vol. 1 No. 2 (2017)

Wahyuni, Sri. 2016. *Pengaruh Iklan, Harga dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Simpati di Institute Perbanas*. Jakarta : Jurnal Manajemen dan Bisnis. Vol. 3, No. 1 (2016).

Skripsi :

Devita Sari (2018) *“Pengaruh Terapan Iklan Aplikasi Shopee versi Parodi Sepeda Jokowi Terhadap Minat Beli Masyarakat”*. Skripsi : Universitas Sriwijaya.

Renata Thresza (2019) *“Pengaruh Iklan Shopee versi BlackPink dalam Keputusan Pembelian”*. Skripsi : Universitas Bhayangkara Jakarta Raya

Robiatul Adawiyah (2014) *“Pengaruh Iklan Televisi Tokopedia versi “Tampil Cantik Semudah Klik” Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen”*. Skripsi : Universitas Muhammadiyah Jakarta.

Website :

Apjii, September 2021, <https://www.apjii.or.id/content/utama/104> (Diakses pada 5 Juni 2021, pukul 14:00)

Tingkat e-commerce meningkat hingga kuartal IV 2020, 1 maret 2021, <https://jetcommerce.co.id/update/transaksi-e-commerce-meningkat-hingga-kuartal-iv-2020-tren-e-commerce-2021-diprediksi-tumbuh-positif/> (Diakses pada 5 Juni 2021, pukul 17:00)

Apa itu COD?, 18 mei 2021, <https://www.maxmanroe.com/vid/marketing/arti-cod.html> (Diakses pada 17 Juni 2021, pukul 21:00)

Marak kasus COD, 21 mei 2021,
<https://www.kompas.com/tren/read/2021/05/21/084500965/marak-kasus-cod-belanja-online-ini-kata-shopee-tokopedia-hingga-ylki?page=all> (Diakses pada 17 Juni 2021, pukul 22:30)

Shopee careers, Juli 2021, <https://careers.shopee.co.id/about/> (Diakses pada 25 Juli 2021, pukul 19:00)