

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Manap. (2016). *Revolusi Manajemen Pemasaran*. Edisi Pertama, Mitra Wacana Media, Jakarta.
- Akdon, Riduwan. (2011). *Rumus dan Data dalam Aplikasi Statistika*. Bandung: Alfabeta
- Andrean Sukoco, Sampir. (2018). *New Komunikasi Pemasaran: Teori dan Aplikasinya*. Jember: CV.Pustaka Abadi
- APJII. (2022). *APJII di Indonesia Digital Outlook 2022*. [https://apji.or.id/berita/d/apji-di-indonesia-digital-outlook-2022\\_857](https://apji.or.id/berita/d/apji-di-indonesia-digital-outlook-2022_857). Diakses pada 10 Maret 2022.
- Boone, T., & Ram, G. (2011). *Exploratory analysis of free shipping policies of online retailers*. International journal of production economics
- Darno. (2018). *Efektifitas Tagline dalam Meningkatkan Brand Awareness*. Skripsi. Universitas Negeri Malang.
- Dhaneswara. (2019). *Pengaruh Tagline “Gratis Ongkir” Shopee Terhadap Keputusan Berbelanja Online Pada Masyarakat (Studi Pada Masyarakat Kota Bandar Lampung)*. Lampung: Universitas Lampung
- Firmansyah , Anang. (2020). *Komunikasi Pemasaran. Pasuruan: CV Penerbit Qirara Media*.
- Ghozali, Imam. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Hurriyati, Ratih. (2018). *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Bandung : Alfabeta.
- Kotler, Amstrong. (2016). *Principles of Marketing Sixteenth Edition Global Edition*, England. Pearson Education Limited.
- Kotler, P. & Keller, K.L. (2012), *Manajemen Pemasaran Jilid I Edisi ke 12*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip. (2012). *Manajemen Pemasaran Edisi 13, Bahasa Indonesia Jilid 1 dan 3 Cetakan*. Jakarta: Rajawali
- Laksana, M. F. (2019). *Praktis Memahami Manajemen Pemasaran*. Sukabumi: CV Al Fath Zumar.

- Lupiyoadi, R. (2014). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta : Salemba Empat.
- Lupiyoadi, R., & Ikhsan, B. (2015). *Praktikum Metode Riset*. Jakarta: Salemba Empat.
- Nunnally, J., (1967). *Psychometric Theory*, McGraw Hill, New York.
- Peter, Paul J. dan Jerry C. Olson. (2013). *Consumer Behavior: Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Dialihbahasakan oleh Damos Sihombing. Jakarta: Erlangga.
- RoyKhanah, Siti. (2018). *Pengaruh Tagline Shopee Terhadap Keputusan Pembelian Pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi Uin Sunan Ampel Surabaya*. Surabaya: Universitas Islam Negeri Sunan Ampel
- Sekaran, Uma dan Roger Bougie, (2017), *Metode Penelitian untuk Bisnis: Pendekatan Pengembangan-Keahlian*, Edisi 6, Buku 2, Salemba Empat, Jakarta Selatan 12610.
- Setyaningrum, Ari. (2015). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Yogyakarta: ANDI
- Shopee Indonesia (2023). *Tentang Shopee*. <https://careers.shopee.co.id/about>. Diakses Pada 12 Mei 2023
- Sugianta, Kadek. (2022). *Pengaruh Tagline Vit dan Brand Awareness terhadap Keputusan Pembelian Air Minum Kemasan*. Bali: Universitas Hindu Indonesia
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Syatriani. (2021). *Pengaruh Tagline Dijamin Ori Jd.id Terhadap Keputusan Pembelian Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Medan Area*. Medan: Universitas Sumatera Utara
- Tjiptono Fandy, Anastasia Diana (2020) *Pemasaran* : Penerbit Andi Yogyakarta
- Yusi, M. Syahirman dan Umiyati, Idris. (2016). *Metodelogi Penelitian untuk Ekonomi, Bisnis dan Sosial*. Palembang: Unsri Press.
-