

DAFTAR PUSTAKA

- Arman, Andri. (2015). Analisis Bauran Promosi Terhadap Keputusan Konsumen Membeli Sepeda Motor Merek Yamaha Pada CV. Sinar Utama Cabang Antasari di Samarinda. *eJournal Ilmu Administrasi Bisnis*, (3): 625 - 637
ISSN 2355-5408
- Ferdinand, Augusty. 2006. Metode Penelitian Manajemen. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Budiarto, S. 2011. Pemasaran Industri. Andi, Yogyakarta
- Ghozali, Imam. 2011. “Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS”. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gunelius 2011. 30-minute Social Media Marketing. United States: McGrawHill Companies.
- Hendrayati, Gina Sri. (2017) *Pengaruh Selebriti Endorser Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Kick Denim. Thesis, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Unpas Bandung.* Tidak dipublikasikan
- <https://www.moengage.com/blog/industry-study-ecommerce-in-indonesia-and-how-tokopedia-boosts-first-time-conversions/> diakses pada tanggal 15 Maret 2020
- <https://learning.eshopworld.com/wp-content/uploads/2018/12/INDO-Revenue.png> diakses pada tanggal 15 Maret 2020
- Hermawan, Agus. 2013. Komunikasi Pemasaran. Jakarta: Erlangga
- Kotler, Philip & Armstrong, Gary (2012): *Marketing Management 14th Edition*. New Jersey: Prentice Hall.
- Kotler, Philip T & Armstrong, Gary. (2017). *Principles of Marketing-Pearson*.
Italy: Lago
- Kotler, Philip T & Keller, Kevin Lane. 2009 . Manajemen Pemasaran. Jakarta: Macanan Jaya Cemerlang
- Kotler, Philip T & Keller, Kevin Lane. (2016). *A Framework for Marketing Management-Pearson*. United States: Courter Westford.

- Lumintang, Andrew A. (2013). "Marketing mix pengaruhnya terhadap loyalitas konsumen sabun mandi lifeboy di kota manado. *Jurnal EMBA Vol.1 no.3*, hlm.140-150
- Mileva, Lubiana dan Achmad Fauzi. 2018. Pengaruh sosial media terhadap keputusan pembelian pada mahasiswa jurusan ilmu administrasi angkaan 2014/2015 fakultas ilmu administrasi universitas Brawijaya. *Jurnal Administrasi Bisnis*. Volume 58: 190-193
- Prawiratmojo, anandhito. 2017. Pengaruh *Promosi melalui media sosial* Dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian pada Konsumen *Online* PT Hooligans Indonesia (2017). *Skripsi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang*, tidak dipublikasikan.
- Selang,C.A.D.(2013). Bauran pemasaran (marketing mix) pengaruhnya terhadap Loyalitas konsumen pada fresh mart bahu mall manado. *Jurnal EMBA* ,Vol 1 No 3, Hal 71-80.
- Setiawan, Heri, Yusleli Herawati dan Santi Asmarani. 2015. Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Suplemen Kesehatan K-Omega Squa.*Jurnal Ilmiah Orasi Bisnis*. Volume 13: 70-85
- Simamora, Bilson. 2003. Manajemen Pasar Dengan Pemasaran Efektif Dan Profitabel. Cetakan kedua. Jakarta : Gramedia Pustaka Utama
- Sudaryono. 2016. Manajemen Pemasaran Teori Dan Implementasi. Yogyakarta:ANDI
- Sugiyono. (2013). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta.CV
- Sugiyono. 2015. Metode Penelitian Manajemen. Bandung: PT. Pustaka LP3ES.
- Sugiyono. 2018. Metode Penelitian Kuantitatif. Bandung: CV ALFABETA
- Sujarweni, V.W. 2015. Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi. Yogyakarta: Pustaka baru press.
- Togas, Nancy, Jantje, dan Rudy. (2014). Periklanan, Penjualan Pribadi, Promosi Penjualan, Dan Publisitas Terhadap Keputusan Pembelian Pada Penerbit Andi Cabang Manado. *Jurnal Ekonomi Manajemen Bisnis*. Vol.2, No.4 578-588

Weinberg, Tamar. 2009. *The New Community Rules : Marketing on the Social Web*. California : O' Reilly

Wilem, A, Tumbel, Atjie L, dan Samadi. (2020). Analisis Efektivitas Marketing Media Sosial Facebook Terhadap Keputusan Pelanggan D'brothers Laundry. *Jurnal Ekonomi Manajemen Bisnis*. Vol.8, No.1 162-163

Yusi, Syahirman dan Umi Idris.2009. *Metodelogi Penelitian Ilmu Sosial (Pendekatan Kuantitatif)*. Bumi Sriwijaya: Citra Books Indonesia.

Yusi, Syahirman dan Umi Idris. 2012. *Statiska untuk Ekonomi dan Sosial*. Bumi Sriwijaya: Citra Books Indonesia.