

DAFTAR PUSTAKA

- “Shopee Makin Populer di Indonesia”. *www.indotelko.com*. diakses pada 22 Agustus 2020 pukul 21.39 WIB.
- Alwi, Hasan dkk. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Departemen Pendidikan Nasional Balai Pustaka, 2005.
- Arikunto, Suharsimi. *Metodologi Penelitian*. Jakarta: PT Rineka Cipta, 2002.
- Arikunto, Suharsimi. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: PT Rineka Cipta, 2006.
- Arikunto, Suharsini. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta, 2010.
- Assauri, Sofjan. *Manajemen Pemsaran*. Jakarta: Rajawali Press, 2004.
- Bungin, Burhan. *Metodologi Penelitian Kuantitatif (Komunikasi, Ekonomi, dan Kebijakan Publik Serta Ilmu-ilmu Sosial Lainnya) Edisikedua*. Jakarta: Penanda Media Group,.....
- Effendy, Onong Uchjana. *Ilmu Teori dan Filsafat Komunikasi*. Bandung: PT. Cita Aditya Bakti, 2003.
- Fitriana, Stella. “Pengaruh Efektivitas Iklan Terhadap Keputusan Membeli Yang Dimediasi Oleh Citra Merk”. Skripsi: Universitas Muhamadiyah Surakarta, 2013.
- Ghozali, Imam. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS*. Semarang: Universitas Diponegoro, 2012.
- Ghozali, Imam. *Aplikasi Analsis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2011.
- Ghozali. *Aplikasi Anlasis Multivariate Dengan Program SPSS. Cetakan Ke Empat*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2006.
- Guilford. *Fundamental Statistic in Psychology and Education*. New York: Mc Graw-Hill BookCompany, 1956.
- Himayati. *Explorasi Zahir Accounting*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo, 2008.
- Kartono, Kartinidan Dali Gulo. *Kamus Psikologi*. Bandung: Pionir Jaya, 1987.

- Kotler dan Keller. *Marketing Management. 14th Edition*. New Jersey: Prentice, 2012.
- Kotler, Philip. *Manajemen Pemasaran Edisi Millenium 2*. Jakarta: Prenhallindo, 2000.
- Kotler, Philip. *Manajemen Pemasaran, Edisi Milenium. Jilid Ke-2*. Jakarta: Prenhallindo, 2001.
- Krug, Steve. *Don't Make Me Think! Panduan Praktis Membangun Web Yang Logis*. Jakarta: PT.Serambi Ilmu Semesta, 2013.
- Mowen, John C. dan Michael Minor. *Perilaku Konsumen, Jilid 1 Edisi Kelima*.
- Narbuko, Cholid dan Abu Achmadi, *Metodologi Penelitian*, (Jakarta: Bumi Aksara, 1997), 140.
- Niken, Gisela. "Daftar Marketplace Indonesia 2020 Dengan Kunjungan Terbanyak". <https://ajaib.co.id/>, diakses 2 September 2020 pukul 20.00.
- Nuradi, Wicaksono dkk. *Kamus Istilah Periklanan*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 1996.
- Putri, Ananda Widhia. "Shopee Pemandang Baru di Mobile Marketplace". <https://swa.co.id/youngster-inc/youngsterinc-startup/shopee-pemandang-baru-di-mobile-marketplace>. diakses pada 17 November 2020 pukul 08.00 WIB.
- Ratminto, dkk. *Pelayanan Prima: Pedoman Penerapan Momen Kritis Pelayanan dari A sampai Z*. Yogyakarta: UGM Press, 2017.
- Salusu. *Pengambilan Keputusan Stratejik Untuk Organisasi Publik dan Organisasi Nonprofit*. Jakarta: PT. Grasindo, 2003.
- Simamora. *Panduan Riset Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2008.
- Siregar, Syofian. *Statistika Untuk Penelitian Dilengkapi Perbandingan Perhitungan Manual & SPSS*. Jakarta: Prenada Media Group, 2013.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D*. Bandung: Alfabeta, 2014.
- Supangat, Andi. *Statistika Dalam Kajian Deskriptif, Inferensi, dan Nonparametrik*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2007.

Swasta, Basu dan Hani Handoko. *Manajemen Pemasaran: Analisa dan Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: BPFE UGM, 2000.

Tjiptono, Fandy. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset, 2019.

Utami, Novi Widya. “Memahami Promo Free Ongkir Yang Semakin Berkembang”. www.jurnal.id/id/blog/2017-memahami-promo-free-ongkir-yang-semakin-berkembang/, diakses pada tanggal 10 Agustus 2020.

Widiana, Almeta Hanif. “Pengaruh *Tagline* “Dijamin Ori” Dari JD.id Terhadap Keputusan Pembelian Mahasiswa”. Skripsi: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya, 2020.

Zulianto, Eko. “Analisis Pengaruh Pengguna *Tagline* dan Persepsi Konsumen Dalam Pembentukan Brand Awareness Suatu Produk (Studi Kasus Pada Iklan Coca Cola)”. Skripsi: Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta, 2010.

Zulkarnaen, Rd. Achmad Yoginda. “Pengaruh *Tagline* “Indomie Seleraku” Terhadap Penjualan Produk Indomie Pada Kalangan Mahasiswa”. Skripsi: Program Studi Seni Musik Universitas Pasundan Bandung, 2016.