

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D. (1996). *Manajemen Equitas Merek*. Jakarta: Spectrum Mitra Utama.
- Abdillah, Willy dan Jugiyanto Hartono. (2014). *Partial Least Square*. Yogyakarta: Andi.
- Ardianto, Komala dan Karlinah Siti. (2012). *Komunikasi Massa suatu Pengantar*. Bandung: Simbiosis Rekamata Media.
- Arikunto, Suharsimi. (2002). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan*. Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Effendy, Onong Uchjana. (1986). *Dinamika Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Ferrinadewi, Erna. (2008). *Merek dan Psikologi Konsumen*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Framanik, Naniek Aprilla. (2012). *Komunikasi Persuasi*. Serang: Kocipta Publishing.
- Hermawan, Agus. (2012). *Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Jalaludin, Rakhmat. (1997). *Metode Penelitian*, Bandung : PT. Remaja Rosdakarya.
- Jefkins, Frank. (1997). *Periklanan*. Jakarta: Erlangga.
- Kartajaya, Hermawan. (2010). *Brand Operation The Official MIM Academy Course Book*. Jakarta: Erlangga
- Kasali, Rhenald. (1995). *Manajemen Periklanan – Konsep dan Aplikasinya di Indonesia*. Jakarta: Pustaka Utama Grafiti.
- Kertamukti, Rama. (2015). *Strategi Dalam Periklanan*. Jakarta: PT Raka Grafindo Persada.
- Kotler, P. (2000). *Manajemen Pemasaran. Edisi Mileinium*. Jakarta: PT Indeks Kelompok Gramedia.
- Kuncoro, Mudharat. (2004). *Meotode Riset untuk Bisnis & Ekonomi, Bagaimana Meneliti & Menulis Tesis*. Jakarta: Erlangga.
- Kriyantono, Rachmat. (2013). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana

- Liliweri Alo. (1992). *Dasar-dasar Komunikasi Periklanan*, Bandung: PT Cipta Aditya Bhakti.
- Lukmantoro, Triyono., Santosa, Hedi, P. (2010). *Beyond Boreders: Communication, Modernity & History*. Jakarta: London School Publisher.
- Mulyana, Deddy. (2000). *Ilmu Komunikasi, Pengantar*. Bandung : Remaja Rosadakarya.
- Mulyana, Deddy. (2005). *Ilmu Komunikasi, Pengantar*. Bandung : Remaja Rosadakarya.
- Morissan. (2007). *Periklanan: Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Ramdina Prakarsa.
- Nurudin. (2013). *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta : PT Raja Grafindo Persada.
- Riyanto, M. (2008). *Analisis Faktor yang Mempengaruhi Efektifitas Iklan dan Implikasinya Terhadap Sikap Merek*. Tesis Manajemen S2. Magister Manajemen. Universitas Diponegoro
- Schement, Jorge Reina. (2002). *Encyclopedia of Communication and Information: Vol.1*. New York: Macmillan Reference.
- Shimp, Terence A. (2003). *Periklanan Promosi : Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu- Jilid 1*. Jakarta. Erlangga
- Shimp, Terence A. (2004). *Periklanan Promosi : Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu- Jilid 2*. Jakarta. Erlangga.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. (2008). *Statistik Untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Suyanto, M. (2005). *Strategi Perancangan Iklan Televisi Perusahaan Top Dunia*. Yogyakarta: Andi. Amikom.
- Tjiptono, F. (1997). *Strategi Pemasaran*, Edisi II Cetakan Ketiga. Yogyakarta: Andi Offset.
- Wibisono, Dermawan. (2005). *Metode Penelitian & Analisis Data*. Jakarta: Salemba Medika.

Jurnal

Indiarto, Fidelis. (2006). *Studi Mengenai Kekhawatiran Dalam Proses Penyampaian Pesan Iklan*. Jurnal Sains Pemasaran Indonesia. Vol. 5, No. 3, Pp. 243-268.

Pujiyanto. (2003). Strategi Pemasaran Produk Melalui Media Periklanan. *Nirmana*. Vol 5, No. 1 Januari 96-109.

Website

<https://www.liputan6.com/tekno/read/3057134/2018-transaksi-e-commerce-indonesia-akan-capai-rp-144-triliun>

<https://iprice.co.id/insights/mapofecommerce/>

<https://dailysocial.id/post/e-commerce-di-indonesia-2018>

<https://selular.id/2018/08/shopee-for-men-permudah-akses-belanja-untuk-pria/>

