

DAFTAR PUSTAKA

Buku:

- Belch, M., & Belch, G. (2018). *Advertising and Promotion: An Integrated Marketing Communications, 6th Edition*. New York: The McGraw-Hill Companies.
- Blythe, J. (2000). *Marketing Communications. Essex*. England: Times Prentice.
- Carsel, S. (2018). *Metodelogi Penelitian Kesehatan dan Pendidikan*. Yogyakarta: Penebar Media Pustaka.
- Ghozali. (2016). *Desain Penelitian Kuantitatif & Kualitatif: untuk Akutansi, Bisnis, dan Ilmu Sosial Lainnya*. Semarang: Yoga Pratama.
- Griffin. (2005). *Customer Loyalty: Menumbuhkan dan Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan*. Jakarta: Erlangga.
- Irfaanumilah, A. (2017). Peran Sales Promotion Melalui Iklan di Media Sosial Terhadap Perilaku Konumen. *Kompetensi Vol. 11 No. 2*, 135.
- Kaser, K. (2013). Advertising and Sales Promotion. In *Advertising and Sales Promotion* (p. 226). USA: South-Western.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management (15 Edition) Global Edition*. New Jersey: Pearson Prantice Hall.

- Kriyanto, R. (2020). *Teknik Praktis Riset Komunikasi Kuantitatif dan Kualitatif (Vol. 2)*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Kriyantono, R. (2014). *Teknik Praktik Riset Komunikasi Kuantitatif dan Kualitatif (Vol. 1)*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, C. A. (2008). *Pemasaran Stratejik*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Kurniawan, A. W., & Puspitaningtyas, Z. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: Pandiva Buku.
- Malhotra, N. K., Nunan, D., & Birks, D. F. (2017). *Marketing Research An Applied Approach (5th ed.)*. Harlow: Pearson Education Limited.
- Neuman, W. L. (2014). *Basic of Social Research: Qualitative and Quantitative Approaches*. Edinburg: Pearson.
- Punch, K. F. (2012). *Introduction to Social Research Quantitative and Qualitative Approaches (2nd ed.)*. London: SAGE Publication.
- Riyanto, S., & Hatmawan, A. A. (2020). *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan, dan Eksperimen*. Yogyakarta: Deepublish.

Digital Media:

Astutik, Y. (2021, 2 25). *Persaingan Panas! Awal 2021 Tokopedia Kalahkan Shopee*. Retrieved from CNBC Indonesia: <https://www.cnbcindonesia.com/tech/20210225181934-37-226221/persaingan-panas-awal-2021-tokopedia-kalahkan-shopee>

Dayana, A. S. (2019, 11 29). *Perbedaan Black Friday, Single Day, Cyber Day, dan Harbolnas*. Retrieved from tirto.id: <https://tirto.id/perbedaan-black-friday-single-day-cyber-day-dan-harbolnas-emva>

Gideon, A. (2019, 12 11). *Siapa E-Commerce yang Punya Pengguna Aktif Terbanyak di ASEAN?* Retrieved from liputan6.com: <https://www.liputan6.com/bisnis/read/4132026/siapa-e-commerce-yang-punya-pengguna-aktif-terbanyak-di-asean#>

Jayani, D. H. (2020, 11 20). *Shopee, E-Commerce dengan Pengunjung Situs Tertinggi Kuartal III 2020*. Retrieved from databoks: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/11/20/shopee-e-commerce-dengan-pengunjung-situs-tertinggi-kuartal-iii-2020#>

kompasiana. (2021, 3 31). *Mengenal Sea Group, Induk Shopee yang Disebut sebagai "Thanos"*. Retrieved from kompasiana: <https://www.kompasiana.com/septianangga/6062f8c0d541df1fc502f872/mengenal-sea-group-induk-shopee-yang-disebut-sebagai-thanos?page=all>

Kristo, Fino Yurio. (2016, 4 13). *Menelusuri Asal Usul Lazada*. Retrieved from detikinet.com: <https://inet.detik.com/cyberlife/d-3186899/menelusuri-asal-usul-lazada>

Shopee. (2020). *Shopee is the leading e-commerce platform in Southeast Asia and Taiwan*. Retrieved from Shopee Karir: <https://careers.shopee.co.id/about/>

Wasli, A. (2020, 9 8). *Sejarah Awal berdirinya Marketplace Tokopedia, Shopee, Bukalapak, Lazada, Blibli dan JDID*. Retrieved from teknologi.id: <https://teknologi.id/os/sejarah-awal-berdirinya-marketplace-tokopedia-shopee-bukalapak-lazada-blibli-dan-jdid>

Wasli, A. (2020, 9 8). *Sejarah Awal berdirinya Marketplace Tokopedia, Shopee, Bukalapak, Lazada, Blibli dan JDID*. Retrieved from teknologi.id: <https://teknologi.id/os/sejarah-awal-berdirinya-marketplace-tokopedia-shopee-bukalapak-lazada-blibli-dan-jdid>

Nugraha, D. (2019, 10 24). *Toko Online di Indonesia, Sejarah dan Pengaruhnya*. Retrieved from PaperBlog: <https://www.paper.id/blog/headline/toko-online-di-indonesia/>

Jurnal:

Ghanisani, R. P., Miftah, R., & Darsiharjo. (2016). Pengaruh Promosi Terhadap Loyalitas Konsumen di Suis. *The Journal Gastronomy Tour*, 255 - 264.

Pratama, A. (2019). Pengaruh Promosi Penjualan Terhadap Tingkat Loyalitas Konsumen . *Prosiding Manajemen Volume 5 No. 1*, 735 - 742.

Felita, P., & Oktivera, E. (2019). Pengaruh Sales Promotion Shopee Indonesia Terhadap Impulsive Buying Konsumen Studi Kasus: Impulsive Buying Pada Mahasiswa STIKS Tarakanita. *Jurnal Ilmu Komunikasi dan Bisnis Volume 4, No. 2*, 159 - 185.

Oktavianti, N. R. (2019). Pengaruh Komunikasi Pemasaran Sales Promotion Terhadap. *Prologia Volume 3, No. 2*, 464 - 472.

Rakhmat, C. A. (2011). Pengaruh Promosi Penjualan Terhadap Loyalitas Pelanggan: Studi Pada Starbucks Coffee. *Ilmu Komunikasi dan Bisnis, Vol. 2 No. 2.*