

DAFTAR PUSTAKA

- Anandra, Q., Uljanatunnisa, & Cahyani, I. P. (2020, November 16). Jurnal komunika. *Analisis Elaboration Likelihood Theory Pada Kampanye "Go Green, No Plastic" Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta*, 9, 96 - 104.
- Aslami & Anggreni (2020). Pengaruh Terpaan Program Flash Sale Tokopedia, Brand Awareness Dan Status Ekonomi Terhadap Perilaku Membeli Mahasiswa. *Jurnal Komunikasi*, 1-17
- Aulia (2020). Pengaruh Sales Promotion Dan Personal Selling Terhadap Volume Penjualan Sepeda Motor. *Jurnal sosial. Vol 11 no. 1*
- Clow, K., & Baack, D. (2018). *Integrated Advertising, Promotion, and Marketing Communications 8th edition*. London: Pearson.
- Creswell, J., W. & Creswell, J.,D. (2014). *Research design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches. 5th ed.*, SAGE
- Dihni, V. A. (2022, april 12). *Tokopedia, E-Commerce dengan Pengunjung Terbanyak pada 2021*.
- Efendy, O. U. (2003). *Ilmu, Teori, dan Filsafat Komunikasi*. Bandung: Citra Aditya Bakti.
- Ekasaputra & Widiyatmoko. (2019). Pengaruh Kualitas Pesan Iklan Dan Kreativitas Iklan Terhadap Daya Tarik Iklan "Udah Waktunya Pake GO-JEK - Vertibokek. *Jurnal Komunikasi. Vol. 3 no. 1*, 289 – 298
- Ferdinand, Augusty. 2014. *Metode Penelitian Manajemen*. BP Universitas Diponegoro. Semarang
- Gunelius (2011). *30-minute Social Media Marketing*. United States: McGrawHill Companies.
- Keller, K.d. (2012). *Manajemen Pemasaran, Jilid I. Edisi ke 13*. Jakarta: Erlangga
- Malhotra, N. K., Nunan, D., & Birks, D. F. (2017). *Marketing Research: an Applied Approach*. Harlow: Pearson.
- Moriarty, S., Mitchell, N., & Wells, W. (2012). *Advertising & IMC Principles and Practice*. New Jersey: Pearson Education.
- Neuman, W. L. (2014). *Social Research Methods: Qualitative and Quantitative Approaches*. London: Pearson Education Limited.
- Nur Islamiah (2021). Pengaruh Iklan Terhadap Minat Beli Kosmetik Wardah Di Kelurahan Pane Kota Bima *Jurnal Ilmu Komunikasi dan Kebudayaan. Vol 8 no. 1*, 84-92
- Peelen, E., & Beltman, R. (2013). *Customer Relationship Management, 2nd Edition*. Harlow, United Kingdom: Pearson Education Limited.
- Putri & Agustinus (2021). Pengaruh Daya Tarik Promosi, Keramahan Pengguna, Dan Keamanan Terhadap Minat Menggunakan E-money Pada Mahasiswa Politeknik Negeri Semarang *Jurnal Komunikasi dan bisnis. vol 9 no. 2*, 173- 183
- Putra & Candraningrum (2021). Pengaruh Kampanye Cup of Courage Starbucks terhadap Minat Beli Produk Minuman Pink Voice di Starbucks Stasiun Jakarta. *Jurnal Ilmu Komunikasi. Prologia Vol. 5 no 1*, 81 – 87

- Rahadian, L. (2021, desember 7). *Pengguna Aktif Tokopedia Tembus 100 juta*. <https://www.cnbcindonesia.com/tech/20211207135027-37-297342/pengguna-aktif-tokopedia-tembus-100-juta>. 30 Juni 2022. Pukul 01.00
- Renata (2021). Pengaruh Terpaan Postingan Di Instagram Dan Daya Tarik Pesan Iklan Di Youtube Kemenkes RI Terhadap Minat Vaksin Covid- 19. *Jurnal Komunikasi. Vol 4 no. 1*
- Shahnaz & Wahyono (2016). “Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen Di Toko Online”. Semarang: UNNES Gunungpati
- Shahnaz & Wahyono (2016). “Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen Di Toko Online”. Semarang: UNNES Gunungpati
- Sujarweni, V. Wiratna. 2014. *Metode Penelitian: Lengkap, Praktis, dan Mudah Dipahami*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Edisi ke 19*. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Vivi Herlina. 2019. *Panduan Praktis Mengolah Data Kuesioner Menggunakan SPSS*. Elex Media KomputIndo. Jakarta
- Vika Azkiya Dihni. 2022. “Tokopedia, E-commerce Dengan Pengunjung Terbanyak pada 2021”. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/04/12/tokopedia-e-commerce-dengan-pengunjung-terbanyak-pada-2021>. 29 Juni 2022. Pukul 18.00
- Zakiyyah (2018). Pengaruh Flash Sale Terhadap Impulse Online Pada Toko Online “Pulchra Gallery”. *Jurnal Komunikasi. Vol 4 No. 1*, 63 – 70

UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

