

DAFTAR PUSTAKA

- Aco, A., & Endang, H. (2017). Analisis Bisnis E-Commerce pada Mahasiswa Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar. *Jurnal INSYPRO (Information System and Processing)*, 2(1): 1-13.
- Arikunto, S. (2010). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktek*. Rineka Cipta, Jakarta.
- Asmajasari, Magdalena. (1997). *Studi Periklanan Dalam Perspektif Komunikasi Pemasaran*. UMM Press, Malang.
- Eka Legasar, V. (2013). Pengaruh Daya Tarik Iklan, Kreativitas Iklan Dan Kredibilitas Endorser Terhadap Efektivitas Iklan Dan Sikap Konsumen Pada Sabun Pemutih Wajah Merek Oil Of Olay Di Kota Pekanbaru. *Jurnal Ekonomi*, 21: 1-15.
- Ghozali, I. (2006). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan SPSS*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- (2012). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- Kotler dan Armstrong G. (2004). *Dasar-Dasar Pemasaran*. PT. Indeks, Jakarta.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller, (2008). *Manajemen Pemasaran*, Jilid 1, Penerbit Erlangga, Jakarta.
- Morisan. (2007). *Periklanan (Komunikasi Pemasaran Terpadu)*. Ramadina Prakasa, Jakarta.
- Rao, Purba. (2006). *Measuring Customer Perception Through Factor Analysis*". *The Asian Manager* (February –March).
- Rumondor, P. W., Tumbel, A. L., & Ogi, I. W. (2017). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Pada Rumah Kopi Dan Mie Toronata Di Kawangkoan. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 5(2): 1102-1112.

- Situmeang, I. V. O. (2013). Pengaruh Daya Tarik Iklan Televisi Cosmetik Wardah Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Komunikasi Pembangunan*, 11(2): 1-13.
- Soemanagara, D. (2009). *Marketing Communication: Tehnik dan Strategi*. PT.Bhuana Ilmu, Jakarta.
- Stanton, Robert. (2007). *Teori Fiksi*. Pustaka Pelajar, Yogyakarta.
- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta, Bandung.
- (2013). *Metode Penelitian Bisnis*. CV. Alfabeta, Bandung.
- Suhandang K. (2004). *Pengantar Jurnalistik Seputar Organisasi, Produk, dan Kode Etik*. Nuansa, Bandung.
- Sundalangi, M., Mandey, S. L., & Jorie, R. J. (2014). Kualitas Produk, Daya Tarik Iklan, Dan Potongan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Pizza Hut Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 2(1): 313-324.
- Suyanto, M. (2005). *Strategi Perancangan Iklan Televisi*. Liberty, Yogyakarta.
- Swasta, B. (2002). *Manajemen Pemasaran, Analisa Perilaku Konsumen*, Edisi Pertama. BPFE, Yogyakarta.
- Tampi, D., Soegoto, A. S., & Sumarauw, J. S. (2016). Pengaruh kualitas produk, harga, dan daya tarik iklan terhadap keputusan pembelian sepeda motor honda scoopy pada PT. Daya Adicipta Wisesa. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 4(1): 990-999.
- Tjia, H. S., Suharno, S., & Kadafi, M. A. (2018). Pengaruh harga kualitas produk dan distribusi terhadap keputusan pembelian. *KINERJA*, 14(2), 92-97.
- Umar, Husein. 2009. *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. PT. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Vermaat, Shelly Cashman. (2007). *Discovering Computers: Menjelajah Dunia Komputer Fundamental*, Edisi 3, Salemba Infotek, Jakarta

Wangean, R. H., & Mandey, S. L. (2014). Analisis Citra Merek, Kualitas Produk Dan Harga Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Mobil All New Kia Rio Di Kota Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 2(3), 1715-1725.

<https://visimisi95.blogspot.com/2018/03/shopee-visi-dan-misi-e-commerce-shopee.html>. (8 Juli 2019).

<https://www.spssindonesia.com/2014/02/download-distribusi-nilai-tabel.html>. (8 Juli 2019)

LAMPIRAN