

## DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, David A. (1996). *Building Strong Brands*. New York : The Free Press.
- Ahdiat, Adi. (2023a). 10 E-Commerce dengan Pengunjung Terbanyak Kuartal II 2022. Dalam <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/11/21/10-e-commerce-dengan-pengunjung-terbanyak-kuartal-ii-2022>. Diunduh pada tanggal 23 Mei 2023 pukul 11.34 WIB
- Ahdiat, Adi. (2023b). 5 E-Commerce dengan Pengunjung Terbanyak Kuartal I 2023. Dalam <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/05/03/5-e-commerce-dengan-pengunjung-terbanyak-kuartal-i-2023>. Diunduh pada tanggal 23 Mei 2023 pukul 11.30 WIB
- Akbar, Mohammad Aldrin, dan Alam, Sitti Nur. (2020). *E-COMMERCE : Dasar Teori dalam Bisnis Digital*. Yayasan Kita Menulis.
- Alalwan, Ali Abdalah. (2018). *Investigating the Impact of Social media Advertising Features on Customer Purchase Intention. International Journal of Information Management*. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2018.06.001>
- Andrews, J. Craig, dan Shimp, A. Terence. (2018). *Advertising, Promotion, and Other aspects of Integrated Marketing Communications*. 10<sup>th</sup> Editions. Boston : Cengage Learning.
- Anholt, Simon. (2007). *Competitive Identity The New Brand Management for Nations, Cities and Region*. New York : Palgrave Macmillan

Anthony, Robert N., dan Dearden, John. (1989). *Management Control System*.  
Boston : Homewood.

Ardianto, Evinaro, dan Erdiyana, Lukiati Komala. (2004). *Komunikasi Masa Suatu  
Pengantar*. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya.

BPS. (2023). Rata-Rata Upah/Gaji Rupiah 2022/2023. Dalam  
<https://www.bps.go.id/indicator/19/1521/1/rata-rata-upah-gaji.html>.  
Diunduh pada tanggal 27 Mei 2023 pukul 13.35 WIB

Chen, Lu, Li-Yong-Quan, dan Liu, Chih-Hsing. 2019. *How Airline Service Quality  
Determines the Quantity of Repurchase Intention – Mediate and Moderate  
Effects of Brand Quality and Perceived Value*. *Journal of Transport  
Management*. <https://doi.org/10.1016/j.jairtraman.2018.11.002>

Cresswell, John W. (2021). *Research Design Pendekatan Metode Kualitatif,  
Kuantitatif, dan Campuran Edisi 4*. Yogyakarta : Pustaka Pelajar.

Firdausy, Carunia Mulya, dan Idawati, Rani. 2017. *Effects of Service Quality, Price  
and Promotion on Customers' Purchase Decision of Traveloka Online Airline  
Tickets in Jakarta Indonesia*. *International Journal of Management Science  
and Business Administration*. [http://dx.doi.org/10.18775/ijmsba.1849-5664-  
5419.2014.32.1004](http://dx.doi.org/10.18775/ijmsba.1849-5664-5419.2014.32.1004)

Fitra, Khadijah Shahnaz. (2023). *Jumlah Kunjungan Turun, Tokopedia Pilih Fokus  
Strategi Pemasaran*. Dalam  
<https://teknologi.bisnis.com/read/20230329/266/1641691/jumlah->

[kunjungan-turun-tokopedia-pilih-fokus-strategi-pemasaran](#). Diunduh pada tanggal 23 Mei 2023 pukul 13.12 WIB

Ghozali, Imam. (2006). Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS .  
Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.

Gunelius, Susan. (2011). 30-Minutes Social Media Marketing. New York :  
McGraw-Hill.

Hakim, Fahmil, dan Anggraini, Dyah. (2022). Pengaruh Terpaan dan Kualitas  
Informasi Akun Instagram @lrtjkt Terhadap Minat Beli Jasa.

Ika, Aprilia. (2022). Tantangan e-commerce 2022 mempertahankan loyalitas  
konsumen. Dalam  
<https://money.kompas.com/read/2022/02/19/141000226/tantangan-e-commerce-2022--mempertahankan-loyalitas-konsumen->. Diunduh pada  
tanggal 23 Mei 2023 pukul 11.45 WIB

Jaiz, Muhammad. (2014). Dasar-Dasar Periklanan Cetakan ke Empat. Yogyakarta:  
Graha Ilmu.

Katadata Insight Center. (2023). Perilaku Konsumen E-Commerce 2022. Dalam  
<https://katadata.co.id/perilaku-ecommerce-2022>. Diunduh pada tanggal 23  
Mei 2023 pukul 14.20 WIB

Kemp, Simon. (2023). Digital 2023 : Indonesia. Dalam  
<https://datareportal.com/reports/digital-2023-indonesia>. Diunduh pada  
tanggal 24 Mei 2023 pukul 8.00 WIB

- Kharisma, Atta. (2023). Goto Rilis Laporan Finansial Q1 2023 Rugi Turun 41% Dekati Profit. Dalam <https://finance.detik.com/berita-ekonomi-bisnis/d-6693187/goto-rilis-laporan-finansial-q1-2023-rugi-turun-41-dekati-profit>. Diunduh pada tanggal 31 Mei 2023 pukul 12.33 WIB
- Kotler, P., and Keller, K. L. (2012). *Marketing Management*. 14th Edition. London: Pearson Education.
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane. (2016). *Marketing Management 15 Global Edition*. London : Pearson.
- Littlejohn, Stephen W. (1999). *Theories of Human Communication*. 6th Edition. Belmont CA: Wadsworth Publishing Company.
- Mendez, Marife. (2012). *Sales Promotion Effect on Brand Loyalty*. Disertasi. Nova Southeastern University.
- Murdianto, Muhammad Tarmizi. (2022) Tren Fashion 2022 dari Survei Populix, Gaya Vintage Makin Diminati. Dalam <https://www.idntimes.com/life/inspiration/muhammad-tarmizi-murdianto/tren-fashion2022?page=all>. Diunduh pada tanggal 27 Mei 2023 pukul 14.00 WIB
- Nursiti, N., & Giovenna, A. (2022). Pengaruh Social Media Marketing, Harga, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Uniqlo. *Jurnal Industri Kreatif dan Kewirausahaan*.

- Peter, J. Paul, dan Olson, Jerry C. (2010). *Consumer Behavior & Marketing Strategy*. New York : McGraw-Hill.
- Purwaningrum, Maria Rosita, dan Pasaribu, Lamhot Henry. 2021. The Influence of Service Quality, Promotion, and Secure Transaction Towards Purchase Decision (Study Case on Tokopedia.com). *Enrichment : Journal of Management*, 12(1), 190-196. <https://doi.org/10.35335/enrichment.v12i1.189>
- Rakhmat, Jalaludin. (2007). *Psikologi komunikasi*, bandung: Remaja Rosdakarya.
- Respati, Agustinus Rangga. (2023). Pengunjung E-commerce Menyusut, gara-gara Konsumen Tahan Belanja atau Efek Inflasi. Dalam <https://money.kompas.com/read/2023/03/31/070000126/pengunjung-e-commerce-menyusut-gara-gara-konsumen-tahan-belanja-atau-efek>. Diunduh pada tanggal 23 Mei 2023 pukul 12.00 WIB
- Rizaty, Monavia Ayu. (2023). Transaksi e-Commerce RI Tak Capai Target pada 2022". Dalam <https://dataindonesia.id/digital/detail/transaksi-ecommerce-ri-tak-capai-target-pada-2022>. Diunduh pada tanggal 31 Mei 2023 pukul 9.23 WIB
- Rothschild, M. L., & Gaidis, W. C. (1981). Behavioral Learning Theory: Its Relevance to Marketing and Promotions. *Journal of Marketing*, 45(2), 70–78. <https://doi.org/10.2307/1251666>
- Schiffman, Leon, dan Wisenbilt, Joe. (2019). *Consumer Behavior*. London : Pearson Education.

Shimp, Terence A. (2003). Periklanan Promosi Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu Jilid II Edisi Kelima. Jakarta : Penerbit Erlangga.

Sugiyono. (2013). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung : Alfabeta.

Sujarweni, V.Wiratna. (2014). Metodologi Penelitian. Yogyakarta: Pustaka Baru

Ulya, Fika Nurul. (2021). Riset masyarakat lebih banyak belanja online dibanding offline. Dalam

<https://money.kompas.com/read/2021/10/22/211000926/riset--masyarakat-lebih-banyak-belanja-online-dibanding-offline>. Diunduh pada tanggal 23

Mei 2023 pukul 10.53 WIB

Quesenberry, Keith A. (2019). Social Media Strategi Marketing, Advertising, and Public Relations in the Consumer Revolution Second Edition. London : Rowman & Littlefield.

Widi, Shilvina. (2023). Pengguna Media Sosial di Indonesia Sebanyak 167 Juta pada 2023. <https://dataindonesia.id/digital/detail/pengguna-media-sosial-di-indonesia-sebanyak-167-juta-pada-2023>.

Diunduh pada tanggal 23 Mei 2023 pukul 16.15 WIB