

DAFTAR PUSTAKA

- Alasan Unik Belanja Online di 6 Platform Populer. 13 Juni 2018. *CNNIndonesia.com*. Diperoleh dari <https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20180613161605-206-305888/alasan-unik-belanja-online-di-6-platform-populer>.
- Azwar, S. 2009. *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Belajar.
- Beato, M., C. & Pramudiana, Y. 2015. Pengaruh Marketing Stimuli dan Non Marketing Stimuli Terhadap Keputusan Pembelian Indihome di Pontianak. *E-Proceeding of Management*. 2(3). 2968-2980.
- Boateng, H. & Okoe, A., F. 2015. Determinants of Consumers' Attitude towards Social Media Advertising. *Journal of Creative Communications*. 10(3). 248-258.
- Brogan, C. 2010. *Social Media 101: Tactics and Tips to Develop Your Business Online*. New Jersey: John Wiley & Sons
- Chaudhuri, A. & Holbrook, M., B. 2002. The Chain of Effect from Brand Trust and Brand Effect to brand performance: The Role of Brand Loyalty. *Journal of Market Focused Management*.
- Cooper, D., R. & Schlinder, P., S. 2011. *Business Research Methods*. New York: McGraw Hill.
- Cretti, C. 2014. Consumer's Attitude Toward Social Media Advertising. *University of Fribourg*.
- Dharmesta, B., S. & Handoko, T., H. 1982. *Manajemen Pemasaran Analisis Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Liberty.
- Duffett, R., G. 2017. Influence of Social Media Marketing Communications on Young Consumer's Attitudes. *Young Consumers*. 18(1). 19-39.
- Ghozali, I. 2009. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan SPSS*. Semarang: BP UNDIP.
- Imasari, K. 2010. Sikap, Periklanan, dan Attitude Toward Advertising. *Jurnal Manajemen*. 9(2). 115-120.
- Jogiyanto, P. 2004. *Metode Penelitian Bisnis Salah Kaprah dan Pengalaman-Pengalaman*. Yogyakarta: BPFE.
- Kotler, P. & Keller, K., L. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P. 2012. *Marketing Management*. New Jersey: Prentice Hall.
- Morgan, R., M. & Hunt, S., D. 1994. The Commitment-trust Theory of Relationship Marketing. *Journal of Marketing*. 58(3). 20-38.

- Mowen, J., C. & Minor, M. 2000. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Pires, V. & Trez, G. 2016. Corporate Reputation: A Discussion on Construct Definition and Measurement and its Relation to Performance. *Revista de Gestao*. 25(1). 47-64.
- Prabowo, M., F., A. & Nurfebriaraning, S. 2017. Pengaruh Video Advertising Tokopedia Versi Semua Dimulai Dari Tokopedia Terhadap Respon Konsumen. *E-Proceeding of Management*. 4(3). 3216-3224.
- Purnama, H. 2011. *Media Sosial di Era Pemasaran 3.0*. Jakarta: Pusat Studi Komunikasi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
- Schiffman, L., G. & Kanuk, L. 2008. *Consumer Behavior*. New Jersey: Prentice Hall.
- Setiadi, N., J. 2008. *Perilaku Konsumen: Konsep dan Implikasi Untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*. Jakarta: Kencana.
- Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sutriyanto, E. 17 Agustus 2018. Iklan Ramadan Tokopedia ‘Kesempatan Terbaik’ Paling Banyak Disukai. *Tribunnews.com*. Diperoleh dari <http://www.tribunnews.com/bisnis/2018/08/17/iklan-ramadan-tokopedia-kesempatan-terbaik-paling-banyak-disukai>
- Top 10 e-commerce sites in Indonesia 2018. 12 Juni 2018. *Aseanup.com*. Diperoleh dari <https://aseanup.com/top-e-commerce-sites-indonesia/>.
- Wardani, A., S. 12 Juli 2018. Ini 5 e-commerce Paling Top di Indonesia Versi iPrice, Siapa Saja?, *liputan6.com*. Diperoleh dari <https://www.liputan6.com/teknologi/read/3585699/ini-5-e-commerce-paling-top-di-indonesia-versi-iprice-siapa-saja>
- Yang, K., C. et al. 2017. Consumer Attitudes Toward Online Video Advertisement: Youtube as a Platform. *Kybernetes*. 46(5). 840-853.
- Sunjoyo, Setiawan, R., Carolina, V., Magdalena, N., dan Kurniawan, A. 2013. *Aplikasi SPSS Untuk SMART Riset*. Bandung: Penerbit Alfabeta.