

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Ansofino. (2016). *Ajar Ekonometrika*. Yogyakarta: Deepublish.
- [2] Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*. Semarang: Badang Penerbit Universitas Diponegoro.
- [3] Hermawan, A. (2012). *Komunikasi Pemasaran*. Malang: Erlangga.
- [4] Keller, & Kotler. (2008). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT Indeks.
- [5] Keller, & Kotler. (2009). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- [6] Purbo, O. W. (2001). *Mengenal E-commerce*. Jakarta: PT Elex Media.
- [7] Riduwan. (2015). *Metode dan Teknik Menyusun Proposal Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- [8] Royan, M. F. (2004). *Marketing Selebritis*. Jakarta: PT Elex Media.
- [9] Sangadji, S. E. M. (2010). *Metodologi Penelitian*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- [10] Setyaningrum, A. (2015). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Yogyakarta: C.V Andi Offset.
- [11] Shimp, T. A. (2014). *Periklanan dan Promosi: aspek tambahan komunikasi terpadu*. Jakarta: Erlangga. Jakarta: Erlangga.
- [12] Sudaryono. (2018). *Manajemen Pemasaran Teori dan Implementasi*. Yogyakarta: C.V Andi Offset.
- [13] Sugiyono. (2013). *Metodelogi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- [14] Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung: Alfabeta.
- [15] Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung: Alfabeta.
- [16] Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D (Edisi Revisi)*. Bandung: Alfabeta.

- [17] Tjiptono, F. (2018). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: C.V Andi Offset.
- [18] Widodo. (2017). *Metodologi Penelitian , Populer & Praktis*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- [19] Yusuf, M. A. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Penelitian Gabungan*. Jakarta: Kencana.
- [20] Ardyanto, D., Susilo, H., & Riyadi. (2015). *Pengaruh Kemudahan Dan Kepercayaan Menggunakan E-Commerce Terhadap Keputusan Pembelian Online (Survei Pada Konsumen www.petersaysdenim.com)*. Fakultas Administrasi Bisnis Universitas Brawijaya Malang, 22(1), 1–8.
- [21] Akkas, N. (2016). *Pengaruh Komunikasi Pemasaran Terpadu Terhadap Citra Perusahaan Dan Dampaknya Terhadap Kepuasan Pelanggan Membeli Mobil Pada P.T. Hadji Kalla Cabang Palu*. Jurnal Katalogis ISSN : 2302-2019, 4(1), 24–36.
- [22] Bramantya, Y. B., & Jatra, M. (2016). *Pengaruh Celebrity Endorser Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Yamaha Jupiter Mx Di Kota Denpasar Yan*. Jurnal MAnajemen Unud, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana (Unud) Bali Indonesia. ISSN : 2301-8912, 5(3), 1745–1771.
- [23] Cahyani, L., & Hidayat, A. M. (2018). *Pengaruh Komunikasi Pemasaran Via Tv Commerce Dan Iklan Radio Terhadap Keputusan Pembelian Produk Di Olx*. Akrab Juara Universitas Telkom Bandung, 3(1), 160–166.
- [24] Densa, E. P. B., & Relawan, D. I. N. (2016). *Pengaruh Komunikasi Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian CD jkt48 di Bandung*. Administrasi bisnis, fakultas komunikasi dan bisnis universitas telkom bandung. ISSN : 2355-9357, 3(3), 3621–3628.
- [25] Dewi, O. I., & Sutanto, E. M. (2018). *Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Chang Tea di Surabaya*. Manajemen Bisnis, Universitas Kristen Petra Jl. Siwalankerto 121-131, Surabaya, 6(2), 2–7.
- [26] Dinggon, M. R., Lumanauw, B., & Trang, I. (2015). *Pengaruh Bauran Pemasaran, Celebrity Endorsment Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Samsung Galaxy Pada Mahasiswa Feb Unsrat*

Manado. Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi ISSN : 2303-11, 3(3), 1370–1382.

- [27] Hendri, M. (2009). *Pengaruh Komunikasi Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Teh Kotak Ultra Rasa Melati Oleh Remaja Dikota Bandung*. Universitas Widyatama Bandung ISSN : 2086-0390, 3(1), 1–15.
- [28] Jayanti, G. (2014). *Penerapan E-Commerce Dalam Proses Komunikasi Pemasaran Di Toko East*. Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Mulawarman. ISSN : 0000-0000, 2(3), 219–228.
- [29] Mukthamar, M. K. (2014). *Pengaruh Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Wimcycle Agent Series (Studi Kasus Pada : Wimcycle)*. Jurusan Administrasi Bisnis, Universitas Telkom Bandung, 1(1), 1–12.
- [30] Munandar, & Chadafi. (2016). *Pengaruh Harga, Celebrity Endorser, Kepercayaan, dan Psikologi terhadap Keputusan Pembelian Online Shop Di Media Sosial Instagram*. Visioner & Strategis ISSN : 2338-2864, 5(2), 1–8.
- [31] Prasetya, F. N., & So, I. G. (2014). *Pengaruh E-Marketing dan E-Crm Terhadap E-Loyalty Website Usaha Komunikasi Pemasaran*. Management Department School Of Business Management BINUS University Jakarta Barat, 5(1), 8.
- [32] Puji Lestari, F. A. (2018). *Pengaruh Web E-Commerce, Kualitas Produk dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Konsumen*. Program Studi Informatika Universitas PGRI Jakarta Timur ISSN : 2501-5449, 10(1), 87.
- [33] Pratiwi, M. P., Suwendra, I. W., & Yulianthini, N. N. (2015). *Pengaruh Komunikasi Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda*. Bisma Universitas Pendidikan Ganesha, 3(1), 1–30.
- [34] Rahaju, M. E. E. (2019). *Pengaruh Karakteristik Bintang Iklan dan E-Commerce terhadap Minat Beli Ulang Produk Fashion di Kota Madya Madiun*. Jurnal EkomakS: Jurnal Ilmu Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi Universitas Merdeka MAdiun Jl. Serayu 79 Madiun ISSN : 2302-4747, 7(2), 108–111.
- [35] S, K. A. G., & Djoko, H. (2018). *Pengaruh E-Commerce, Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pebelian (Studi Pada Batik Mahkota Laweyan, Surakarta)*. Journal Of Social and Politic, 1(1), 1–7.

- [36] Srisusilawati, P. (2017). *Kajian Komunikasi Pemasaran Terpadu Dalam Mendorong Keputusan Pembelian Jasa Perbankan*. Amwaluna Jl. Ranggagading No. 8 Bandung JAwa Barat, 1(1), 1–18.
- [37] Shandy, B. (2018). *Pengaruh Celebrity Endorser Dan Wom Terhadap Keputusan Pembelian Motor Yamaha*. Digest Marketing ISSN : 2338-123X, 3(1), 7–14.
- [38] Ulus, A. A. (2013). *Bauran Pemasaran Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Daihatsu Pada Pt. Astra Internasional Manado*. Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi Universitas SAm Ratulangi Manado ISSN : 2303-1174, 1(4), 1134–1144.
- [39] Wijanarko, P., Suharyono, & Arifin, Z. (2016). *Pengaruh Celebrity Endorser Terhadap Citra Merek Dan Dampaknya Pada Keputusan Pembelian (Survei kepada Pengunjung Warung Kopi Kriwul, Kelurahan Merjosari, Kecamatan Lowokwaru, Kota Malang yang Pernah Melihat Iklan dan Membeli TOP Coffee)*. Jurnal Administrasi Bisnis Universitas Brawijaya Malang, 34(1), 165–171.

<https://katadata.co.id/berita/2018/09/03/shopee-catatkan-transaksi-rp-59-triliun-40-dariindonesia>

<https://rohanaqudus.blogspot.com/2017/09/analisis-perancangan-sistem-informasi.html>