

DAFTAR PUSTAKA

Buku :

- Ajzen, I. (2012). *"The Theory of Planned Behavior. In P. A. M. Lange, A. W. Kruglanski & E. T. Higgins (Eds.)". Handbook of Theories of Social psychology* (Vol. 1, pp. 438-459). London,UK: Sage.
- Bungin, B. (2005). *Metodologi Penelitian Kuantitatif Komunikasi, Ekonomi, dan Kebijakan Publik Serta Ilmu-ilmu Sosial Lainnya*. 2nd ed. Jakarta: Kencana Prenadamedia Group.
- Creswell, John W. (2014) *Research Design : Qualitative, Quantitative, and Mix Methods Approaches*. 4th edition. USA: Sage Publications.
- Effendy, Onong Uchjana.2003.*Ilmu Teori dan Filsafat Komunikasi*.PT.Citra Aditya Bakti, Bandung
- Firmansyah, M. A. (2018). *Perilaku Konsumen Sikap dan Pemasaran* . Yogyakarta: Deepublish
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25*.Semarang: Badan Penerbit -Undip
- Hermawan Kartajaya.2003. *Menangkan Persaingan dengan Segitiga Positioning – Diferensiasi-Brand*, Jakarta: PT Gramedia Pusaka Utama.
- Keller, Kotler. (2016) *Marketing Management*. 15th edition. England: Pearson Education Limited.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2016). *Principles of Marketing. 16th Edition*. England: Pearson Education Limited.
- Kerin, Hartley. (2016) *Marketing The Core*. 6th edition. New york: McGraw Education.
- Lee, Nancy R and Philip Kotler. (2011). *Social Marketing :Influencing Behaviors for Good*. US. Sage Publication, Inc
- Littlejohn, Stephen W. (2009) *Teori Komunikasi, Theories of Human Communication*. 9th edition. Jakarta: Salemba Humanika.
- Neuman, Lawrence W. (2014) *Pearson: Social Research Methods : Qualitative and Quantitative Approaches*. 7th edition. USA: Pearson Education Limit.

- Nuryanto, Hery. (2008). Sejarah Perkembangan Teknologi Informasi dan Komunikasi. Jakarta: PT Balai Pustaka.
- Perloff, Richard M. (2010) The Dynamics of Persuasion. 4th edition. New York: Routledge.
- Puspita, D., Hartanto, D. D., & Sylvia, M. (2013). Perancangan Integrated Marketing Communication Kabarbisnis untuk Meningkatkan Brand Awareness. *Jurnal DKV Adiwarna, Universitas Kristen Petra*, 1-2
- Saebani, B. A. (2015). *Perilaku Konsumen Teori dan Praktik*. Bandung: CV Pustaka Setia.
- Scarborough, cornwall. (2016) Essentials of Entrepreneurship and Small business Management. 8th edition. England: Pearson Education Limited
- Shimp, Terence A. (2003). Periklanan Promosi Aspek Tambahan Komunikasi Terpadu. 5th ed. Jakarta: Erlangga.
- Shimp, T. A., & Andrews, C. J. (2018). *Advertising, Promotion, and other aspects of integrated marketing communications*. Boston: Cengage.
- Sigh , A., & Duhan, P. (2016). *Managing Public Relations and Brand Image through Social Media*. United State: IGI Global.
- Siregar, S. (2013). Metode Penelitian Kuantitatif. Jakarta: PT Fajar Interpretama
- Mandiri.Siregar, S. (2017). Metode Penelitian Kuantitatif Dilengkapi Dengan Perbandingan. Jakarta: Kencana.
- Sobur, Alex. 2003. *Psikologi umum*. Pustaka Setia, Bandung. Sunarwinadi, Ilya. 1993. Komunikasi Antar Budaya. UI Pers, Jakarta
- Solomon, Michael R. (2015) Marketing : Real People, Real Choices. 8th edition. England: Pearson Education Limited.
- Sukoco, S. A. (2018). *New Komunikasi Pemasaran: Teori dan Aplikasinya*. Jember: CV. Pustaka Abadi.
- Sugiyono. 2013. Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta
- Weinstein, Jay Allen. (2010) Applying Social Statistics : An Introduction to Quantitative Reasoning in Sociology. United kingdom: Rowman & Littlefield.
- Yuniarti, Vinna Sri. (2015) Perilaku Konsumen Teori dan Praktik. Bandung: Pustaka Setia.

Jurnal :

- Adizka, F. (2020, Februari 17). *PENGARUH SALES PROMOTION TERHADAP CUSTOMER LOYALTY PENGGUNA APLIKASI MOBILE PAYMENT, DANA (Studi Kasus pada Mahasiswa Universitas Pertamina Periode November –Desember 2019)*. Retrieved from Universitas Pertamina: https://library.universitaspertamina.ac.id/xmlui/bitstream/handle/123456789/1113/TA_Fahdah%20Adizka_103116059_Pengaruh%20Sales%20Promotion%20Terhadap%20Customer%20Loyalty%20Pengguna%20Aplikasi%20Mobile%20Payment%20DANA.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Fahmi, Mohammad. (2013). *Pengaruh Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Honda Terhadap Citra Perusahaan PT.AHM*. Surabaya: STIESIA.
- Ghaisani, ratih. *Pengaruh Promosi Terhadap Loyalitas Konsumen di Suis Butchr House Setiabudhi Bandung*. [online] Available at: <http://download.portalgaruda.org/article.php?article=448870&val=9248&title=PENGARUH%20PROMOSI%20TERHADAP%20LOYALITAS%20KONSUMEN%20DI%20SUIS%20BUTCHR%20STAK%20HOUSE%20SETIABUDHI%20BANDUNG>
- Ikhsan, M. R. (2011, Agustus 11). *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Promosi Penjualan terhadap Loyalitas Pelanggan Indra Cellular Kudus*. Retrieved from Skripsi UNDIP: <http://eprints.undip.ac.id/29466/1/Skripsi008.pdf>
- Nelviluvita, R. O. (2019). *Pengaruh Komunikasi Pemasaran Sales Promotion Terhadap*. Retrieved from Prologia: <https://journal.untar.ac.id/index.php/prologia/article/view/6388/4938>
- Putri, L. V. (2019, Juli 30). *Pengaruh Promosi dan Kualitas Layanan Jasa terhadap Loyalitas Konsumen di PT. Pos Indonesia (Studi Kasus di PT. Pos Indonesia Cabang Madiun)*. Retrieved from Skripsi IAIN Ponorogo: <http://etheses.iainponorogo.ac.id/7889/1/skripsi%20upload%20lutvi>
- Puspita, D., Hartanto, D. D., & Sylvia, M. (2013). *Perancangan Integrated Marketing Communication Kabarbisnis untuk Meningkatkan Brand Awareness*. *Jurnal DKV Adiwarna, Universitas Kristen Petra*, 1-2.
- Ramadhan, M. F. (2019). *Strategi Komunikasi Pemasaran Melalui Media Online Dalam Membangun Brand Awareness (Studi Kasus Kmall.id)*.
- Rotinsulu, E. e. (2015). *PENGARUH HARGA, PRODUK DAN PROMOSI TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN BIG JAY FAMILY KARAOKE*. Retrieved from Neliti: <https://media.neliti.com/media/publications/1302-ID-pengaruh-harga-produk-dan-promosi-terhadap-loyalitas-konsumen-big-jay-family-kar.pdf>

- Santosa, M. S. (2015). *Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Loyalitas Pelanggan Yakult di Wonosobo*. Retrieved from eprints upnyk: <http://eprints.upnyk.ac.id/4588/1/PENGARUH%20BAURAN%20PEMASARAN%20TERHADAP%20LOYALITAS%20PELANGGAN%20YAKULT%20DI%20WONOSOBO.pdf>
- Sari, R. N. (2017). Pengaruh Kualitas Layanan, Promosi, dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Nasabah PT. BPRS Mandiri Mitra Sukses Gresik. *Muhammadiyah University of Gresik*, 11 - 12.
- Sobur, Alex. 2003. *Psikologi umum. Pustaka Setia*, Bandung. Sunarwinadi, Ilya. 1993. *Komunikasi Antar Budaya*. UI Pers, Jakarta
- Sulistyo, E. (2020, February 7). *Hari Pers Nasional, Konglomerasi Media, dan Media "Online"*. Retrieved from Beritasatu.com: <https://www.beritasatu.com/opini/6435/hari-pers-nasional-konglomerasi-media-dan-media-online>
- Wijayanti, L. R. (2015, Agustus). *Pengaruh Terpaan Iklan, Publisitas, dan Promosi Penjualan terhadap Loyalitas Konsumen Garuda Indonesia*. Retrieved from Neliti: <https://www.neliti.com/id/publications/183429/pengaruh-terpaan-iklan-publisitas-dan-promosi-penjualan-terhadap-loyalitas-konsu>
- Yuwono, A. (2015). *Penelitian Pengaruh Marketing Mix Terhadap Loyalitas Pelanggan Menggunakan Jasa Printing Digital Pada PT. Elang Perkasa Langgeng*. Retrieved from Neliti: <https://www.neliti.com/id/publications/131813/penelitian-pengaruh-marketing-mix-terhadap-loyalitas-pelanggan-menggunakan-jasa>
- Website :**
- Beritagar. (2020). *Perusahaan yang menerapkan WFH Jakarta, 2020*. Retrieved from Lokadata: <https://lokadata.beritagar.id/chart/preview/perusahaan-yang-menerapkan-wfh-jakarta-2020-1590488637>
- B. P. (2020, January 14). *YLKI catat selama pandemi aktivitas belanja online meningkat hingga 30%*. Retrieved from Kontan.co.id: <https://nasional.kontan.co.id/news/ylki-catat-selama-pandemi-aktivitas-belanja-online-meningkat-hingga-30>
- Catarina, E. (2020, 10 27). *Aktifitas Belanja Online Meningkat Drastis, Ini Sebabnya*. Retrieved from Kompas.com: <https://money.kompas.com/read/2020/10/27/135847026/aktivitas-belanja-online-meningkat-drastis-ini-sebabnya?page=all>

- Fernandes, Endar. (2016) Pengertian Internet Menurut Para Ahli. [online] Available at: <http://www.dosenonline.com/2016/12/pengertian-internet-menurut-para-ahli.html>
- Ghozali, I. (2018). Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25. Semarang: Badan Penerbit -Undip
- Haryanto, A. T. (2020, 20). *inet.detik.com*. Retrieved from detikInet: <https://inet.detik.com/cyberlife/d-4907674/riset-ada-1752-juta-pengguna-internet-di-indonesia>
- Luthi, A. (2019, April 15). *techno.okezone.com*. Retrieved from okezone.com: <https://techno.okezone.com/read/2019/04/15/207/2043698/intip-perkembangan-media-dan-tren-baru-masyarakat-digital>
- Kominfo. Pengguna Pengguna Internet Indonesia Nomor Enam di Dunia. [online] Available at: https://kominfo.go.id/content/detail/4286/pengguna-internet-indonesia-nomor-enam-dunia/0/sorotan_media
- Margianto, Heru. (2017). Sejarah Internet di Indonesia dan Perannya Melengserkan Soeharto. [online] Available at: <https://nasional.kompas.com/read/2017/09/12/15040091/sejarah-internet-di-indonesia-dan-perannya-melengserkan-soeharto>
- Pusparisa, Y. (2019, Desember 3). *96% Pengguna Internet di Indonesia Pernah Menggunakan E-Commerce*. Retrieved from katadata.co.id: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/12/03/96-pengguna-internet-di-indonesia-pernah-gunakan-e-commerce>
- Rahayu, A. C. (2020, September 17). Retrieved from Riset Markplus: Shopee jadi e-commerce favorit saat pandemi corona: <https://industri.kontan.co.id/news/riset-markplus-Shopee-jadi-e-commerce-favorit-saat-pandemi-corona>
- Sirclo.com*. (2020, Agustus 19). Retrieved from Menilik Tren Perkembangan E-Commerce Indonesia di 2020: <https://www.sirclo.com/menilik-tren-perkembangan-e-commerce-indonesia-di-2020/>
- Wardani, A. S. (2020, November 24). *Survei: Milenial dan GenZ Mendominasi Tren Belanja Online Saat Pandemi*. Retrieved from Liputan6.com: <https://www.liputan6.com/tekno/read/4415768/survei-milenial-dan-genz-mendominasi-tren-belanja-online-saat-pandemi>