

Daftar Pustaka

- Artanto, H., & Nurdiyansyah, F. (2017). Penerapan SEO (Search Engine Optimization). *Untuk Meningkatkan Penjualan Produk*, 1-2.
- Boyd, H. (2000). *Manajemen pemasaran suatu pendekatan strategis dengan orientasi global*. Jakarta: Erlangga.
- Darmawan, D. (2014). *Metode penelitian kuantitatif*. Bandung: Ramaja Posdakarya.
- Databoks. (2021, July). Retrieved from Pengguna Instagram Terbanyak di Indonesia: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/08/03/inilah-negara-pengguna-instagram-terbanyak-indonesia-urutan-berapa>
- Dewi, I. P. (2016). Efektivitas iklan dengan analisis AIDA (Attention, Interest, Desire dan Action): studi pada pengguna sepeda motor merek yamaha di kota Singaraja. *Jurnal Program Studi Pendidikan Ekonomi Vol: 8 Nomor: 3*, 2-5.
- Dharmmesta, B. (1998). Theory of planned behavior. *Penelitian sikap, niat dan perilaku konsumen*, 85-103.
- Dharmmesta, B. (1990). *Asas-asas marketing: edisi kedua*. Yogyakarta: Liberty.
- Durianto, & Darmadi. (2003). *Invasi pasar dengan iklan yang efektif: strategi, program dan teknik pengukuran*. Jakarta, Indonesia: Jakarta Gramedia Pustaka Utama.
- Ghozali, I. (2008). *Structural equation modeling metode alternatif dengan partial least square*. Semarang: Badan Penerbit Undip.
- Ghozali, I., & Latan, H. (2015). *Konsep, teknik, aplikasi menggunakan Smart PLS 3.0 untuk penelitian empiris*. Semarang: Badan Penerbit Undip.
- Harpers Bazaar. (2021, June). Retrieved from Ini Daftar Lengkap Pemenang Produk Kecantikan Terbaik di Bazaar Beauty Awards 2021: <https://harpersbazaar.co.id/articles/read/5/2021/15210/>
- Jones, A., Malczyk, A., & Beneke, J. (2011). *Internet marketing: a highly practical guide to every aspect of internet marketing*.
- Kent, P. (2006). *Search engine optimization for dummies*. Canada: Wiley Publishing.
- Koeswara, E. (1995). *Motivasi teori dan penelitiannya*. Jakarta: Angkasa.

- Kotler, P. (2010). *Manajemen pemasaran, perspektif Asia*. Yogyakarta: Andi.
- Mariana. (2015). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pada industri UKM Amplang UD, Sinar Rejeki Di Samarinda. *Administrasi Bisnis, Vol.3. No. 2*.
- McKinsey & Company. (2018, August). The Digital Archipelago. *How online commerce is driving Indonesia's economic development*, p. 12.
- Mirzaei, H., Aghaei, M., Jaryani, E., Salehi, M., & Saeidinia, M. (2012). Dissimilarity of e-marketing vs traditional marketing. *2012 IEDRC Singapore Conferences. 29*, pp. 231-233. Singapore: 2012 International Conference on Economics, Business and Marketing Management.
- Nazir, M. (2009). *Metode penelitian*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Rangkuti, F. (2008). *The power of brands*. Jakarta: Erlangga.
- Rivers, W., Jensen, J., & Peterson, T. (2003). *Public relations mass media*. Jakarta: Prenada Media.
- Sabarisman, I., & Revulaningtyas, I. R. (2019). *Modul praktikum statistik industri*. Yogyakarta: Universitas Gadjah Mada.
- Santoso, A. (2010). Studi deskriptif effect size: penelitian-penelitian di Fakultas Psikologi Universitas Santana Dharma. *Jurnal Penelitian Vol. 14, No. 1*, 8-12.
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2007). *Perilaku konsumen: edisi ketujuh*. Jakarta : PT: Indeks.
- Shimp, A. (2000). *Promosi dan periklanan: aspek tambahan komunikasi pemasaran terpadu*. Jakarta: Erlangga.
- Silalahi, U. (2015). *Metode penelitian kuantitatif*. Bandung: Refika Aditama.
- Solimun, Fernandes, A. A., & Nurjannah. (2017). *Metode statistika multivariat : pemodelan persamaan structural (SEM) pendekatan WarpPLS*. Malang: UB Press.
- Sugiyono. (2014). *Metode penelitian bisnis: edisi kedelapan belas*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2014). *Metode penelitian pendidikan pendekatan kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2015). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2011). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2008). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2012). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan R&B*. Bandung: Alfabeta.

Tang, M. J., & Chan, E. T. (2017). The Impact of Online Advertising on Generation Y's Purchase Decision in Malaysia. *World Academy of Science, Engineering and Technology International Journal of Humanities and Social Sciences Vol:11, No:4*, 975-976.

Umar, H. (2005). *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.

Van Ark, B., Erumban, A., Corrado, C., & Levanon, G. (2016). Navigating the new digital economy : driving digital growth and productivity from installation to deployment. *The Conference Board* (pp. 3-23). Ottawa: CSLS. Retrieved from <http://www.csls.ca/Presentations/vanark.pdf>

Wright, C. R. (1989). *Mass communication: a sociological perspektif*. New York: Random House.