

Daftar Pustaka

- Adellaine, M., Santoso, A. T., & Wijaya, S. (2016). Pengaruh Motif Hedonis Terhadap Loyalitas Perilaku Di Domicile Kitchen and Lounge Surabaya: Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Hospitality dan ManajemenJasa*, 4(2), 29-41.
- ALVINDO, A. V. (2015). *Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Harga Premium Dan Niat Beli Produk Sepeda Polygon Di Surabaya* (Doctoral dissertation, STIE Perbanas Surabaya)
- Amin, L.N. (2016). Pengaruh Hubungan Sosial Teman Sebaya Terhadap Pilihan Melanjutkan Pendidikan Ke SMP N 5 Di Desa Bukit Gemuruh Kecamatan Way Tuba Kabupaten Way Kanan. *Skripsi. Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Lampung*.
- Anizir, A., & Wahyuni, R. (2017). Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Brand Image Perguruan Tinggi Swasta di Kota Serang. *Sains Manajemen*, 3(2).
- ANJANI, A. *Pengaruh Brand Image Dan Brand Trust Terhadap Brand Loyalty Lipstik Revlon*.
- Annisa, M. (2016). Pengaruh Citra Merek, Kepercayaan Merek, Dan Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Merek Jasa Kurir (Studi Kasus pada Pelanggan Pos Indonesia di Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta). *Jurnal Manajemen Bisnis Indonesia (JMBI)*, 5(5), 443-454.
- Annisa, M. (2016). Pengaruh Citra Merek, Kepercayaan Merek, Dan Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Merek Jasa Kurir (Studi Kasus pada Pelanggan Pos Indonesia di Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta). *Jurnal Manajemen Bisnis Indonesia (JMBI)*, 5(5), 443-454.
- Aryo, Kuncoro, B. A., Fauzi DH, A., & Arifin, Z. (2017). Analisis Pengaruh Kesadaran Merek, Persepsi Kualitas, Asosiasi Merek dan Loyalitas Merek

terhadap Nilai Pelanggan (Survei pada Pelanggan Produk Aqua 600ml di Indomaret Jl. Raya Candi V Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 51(1), 96-104.

Astuti, S. W., & Cahyadi, I. G. (2007). Pengaruh Elemen Ekuitas Merek Terhadap Rasa Percaya Diri Pelanggan Di Surabaya Atas Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Airlangga (JEBA) | Journal of Economics and Business Airlangga*, 17(2).

Aulia, R. K. (2018). Hubungan Brand Image, Brand Prestige, Lifestyle, dan Social Influence dengan Keputusan Pembelian Produk Tiruan Merek Chanel (Doctoral dissertation, Faculty of Social and Political Sciences).

Berinovasi.com, (2017), Perkembangan E-Commerce di Indonesia <http://berinovasi.com/2017/12/11/perkembangan-e-commerce-di-indonesia/> diunduh pada 22 januari 2019

BILGIN, Y. (2018). The Effect of Social Media Marketing Activities on Brand Awareness, Brand Image and Brand Loyalty. *Business & Management Studies: An International Journal*, 6(1), 128-148.

Cempena, I. B., & Febryono, D. (2016). Pengaruh Selebriti Pendukung Iklan Melalui Daya Tarik Dan Kredibilitas Terhadap Citra Merek Nutrisari Oleh Mahasiswa Universitas 17 Agustus 1945 (UNTAG) Surabaya. *JEM17: Jurnal Ekonomi Manajemen*, 1(01).

Chandra, A. Interaksi Sosial Guru Dan Siswa Dalam Pembelajaran Sosiologi Di SMA. *Jurnal Pendidikan Sosiologi dan Humaniora*, 5(1).

Emylia, D. P., & Karneli, O. (2016). Analisis Implementasi Promotional Mix dalam Meningkatkan Volume Penjualan Kendaraan Bermotor (Kasuspada Dealer Motor Yamaha Pt. dasa tama Cemerlang Motorindo Dumai). *Jurnal Online Mahasiswa (JOM) Bidang Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*, 3(2), 1-10.

- Goseldia, O. K., & HIDAYATI, R. (2011). Analisis Varian Pengaruh Interaksi Harga Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Konsumen BlackBerry di Kota Semarang) (Doctoral dissertation, Universitas Diponegoro).
- Guntaris, E. (2018). Dialektika Ritual Dan Hiburan Dalam Kesenian Barongan Di Kabupaten Blora Jawa Tengah.
- Halim, D., Imran, I., & Budjang, G. Interaksi Sosial Anak Putus Sekolah Dengan Yang Masih Sekolah Di Dusun Tiang Aji Menjalin. *Jurnal Pendidikan dan Pembelajaran*, 7(9).
- Hartanto, H., & Silalahi, E. (2013). Efektivitas Penggunaan Media Sosial Untuk Meningkatkan Brand Awareness, Functional Brand Image, Dan Hedonic Brand Image Dari Produk–Produk Samsung Galaxy. *Jurnal Manajemen*, 10(2), 187-203.
- Hidayat, M. R., & Thamrin, T. (2019). Analisis Proses City Branding' Taste Of Padang' sebagai Brand Destinasi Pariwisata Sumatera Barat. *Jurnal Kajian Manajemen dan Wirausaha*, 1(1).
- Idprogrammer.com, (2018), Perkembangan e-Commerce Tahun 2018 <https://idprogrammer.com/perkembangan-e-commerce-tahun-2018> diunduh pada 23 januari 2019
- Irwanto, T., & Hariyadi, W. Hubungan Iklan Dan Citra Merek Dengan Keputusan Pembelian Shampo Clear Pada Swalayan Fadillah Kota Bengkulu.
- Jakartawebs.com, (2017), Sejarah dan Perkembangan Ecommerce di Indonesia <http://jakartawebs.com/sejarah-dan-perkembangan-ecommerce-di-indonesia/> di unduh pada 23 januari 2019
- Jakartawebs.com, (2018), Pengertian, Keuntungan dan Kerugian Ecommerce, <http://jakartawebs.com/pengertian-keuntungan-dan-kerugian-ecommerce/> diunduh pada 23 januari 2019

- Juari, R. (2010). Pengaruh Kepercayaan Merek Pada Pembentukan Loyalitas Merek Apple Di Yogyakarta. *Jurnal Bisnis: Teori dan Implementasi*, 1(1), 63-89.
- Kaskus.id, (2015), Profil Perusahaan Lazada Indonesia, <https://www.kaskus.co.id/thread/565f31b35a5163132e8b4567/profil-perusahaan-lazada-indonesia> diunduh pada 23 januari 2019
- Koampa, S. H., Tumbuan, W. A., &Arie, F. V. (2017). Pengaruh Brand Image Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Nasabah Pada AJB Bumi Putera 1912 Di Manado Cabang Sam Ratulangi. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 5(3).
- Kompasiana.com, 2017, E-Commerce, Manfaat, dan Keuntungannya, <https://www.kompasiana.com/novikristiadi/5992634e93be2508e06c5402/e-commerce-manfaat-dan-keuntungannya> diunduh pada 28 januari 2018
- Lani, O. P. (2016). Pengaruh Iklan Televisi Media Massa Terhadap Perilaku Konsumtif Masyarakat Desa Sari Galuh Kecamatan Tapung Kabupaten Kampar Kiri Pekanbaru. *Jurnal Online Mahasiswa (JOM) Bidang Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*, 3(2), 1-15.
- Liputan6.com, (2015), Ini yang Bikin Shopee Beda dengan Aplikasi Belanja Online Lain, <https://www.liputan6.com/tekno/read/2379358/ini-yang-bikin-shopee-beda-dengan-aplikasi-belanja-online-lain> diunduh pada 23 januari 2019
- Mas, I. G. N. B. A., &Rahyuda, P. K. (2016).Peran Brand Equity Memediasi Hubungan Iklan Dengan Keputusan Pembelian Konsumen.
- Maxmanroe.com, (2018), Data Terbaru Peta Persaingan E-Commerce Indonesia Menurut Price, Siapa Terbaik Saat Ini? <https://www.maxmanroe.com/peta-persaingan-e-commerce-indonesia.html> diunduh pada 28 maret 2019

- Moniagara, F. (2011). Pengaruh Persepsi Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian Simpati (Studi pada konsumen simpati di citra seluler, Malang). *Pengaruh persepsi atribut produk terhadap keputusan pembelian simpati (Studi pada konsumen simpati di citraseluler, Malang)* /Fery Moniagara.
- Musa, M. I. (2017). Pengaruh Esensi Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Samsung Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Makassar. *Economix*, 5(2).
- Musianto, L. S. (2004). Perbedaan pendekatan kuantitatif dengan pendekatan kualitatif dalam metode penelitian. *Jurnal Manajemen dan kewirausahaan*, 4(2), 123-136.
- Nofriyanti, A. R. (2017). Pengaruh Brand Trust, Brand Image, Perceived Quality, Brand Loyalty Terhadap Brand Equity Pengguna Telkomsel. *EkonomiBisnis*, 22(2), 130-142.
- Noor, M. F. (2014). Pengaruh Brand Image Dan Brand Trust Terhadap Brand Loyalty King Thai Tea Bandung. *Image*, 3(2), 109.
- Nova.grid.id, (2018), Jadi Ambassador Shopee, BLACKPINK Kaget Set TVC Persis DDU-DU DDU-DU <https://nova.grid.id/read/051243216/jadi-ambassador-shopee-blackpink-kaget-set-tvc-persis-ddu-du-ddu-du?page=all> diunduh pada 28 maret 2019
- Nugroho, A. T. (2010). Proses Produksi Dalam Pembuatan Iklan Luar Ruang (outdoor) di Media Artha Advertising (Doctoral dissertation, Universitas Sebelas Maret).
- Obrolanbisnis.com, (2016), Perkembangan Bisnis Online Di Indonesia <https://obrolanbisnis.com/2016/01/29/perkembangan-bisnis-online-di-indonesia/> diunduh pada 23 januari 2019

- Oktavia, R. (2017). Pengaruh Terpaan Jingle Iklan Coca-Cola Versi “Wavin Flag” Terhadap Brand Image. *WACANA, Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 11(3), 202-223.
- Panjaitan, A. O. Y., Rofiaty, R., & Sudjatno, S. (2016). Pengaruh Pengalaman Merek Terhadap Loyalitas Merek Melalui Mediasi Kepuasan Merek Dan Kepercayaan Merek (Studi Pada Kuliner Khas Kota Malang). *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 3(2).
- Pikiran-rakyat.com, (2018), Lazada dan Shopee Semakin Agresif, Tantangan untuk Pemain Lokal <https://www.pikiran-rakyat.com/ekonomi/2018/04/23/lazada-dan-shopee-semakin-agresif-tantangan-untuk-pemain-lokal-423256> diunduh pada 23 januari 2019
- Pranata, R. H., & Hartati, U. (2017). Interaksi Sosial Suku Sunda Dengan Suku Jawa (Kajian Akulturasi dan Akomodasi di Desa Buko Poso, Kabupaten Mesuji). *SWARNADWIPA*, 1(3).
- Prawira, B., & Yasa, N. N. K. (2014). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek Dan Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Produk Smartphone Samsung Di Kota Denpasar. *Universitas Udayana, Bali, Indonesia*.
- Progresstech.co.id, (2016), Pengertian E-Commerce (Perdagangan Elektronik), <https://www.progresstech.co.id/blog/pengertian-e-commerce/> diunduh pada 23 januari 2019
- Purnama, A. P., & Thalib, A. A. (2018). Keefektifitasan Video Tron Dalam Menyampaikan Pesan Iklan Kepada Masyarakat. *Jurnal Dakwah Tabligh*, 19(1), 44-57.
- Putri, P. K. (2016). Aplikasi Pendekatan-Pendekatan Persuasif Pada Riset Komunikasi Pemasaran: Iklan Melibatkan Penciptaan dan Penerimaan Pesan Komunikasi Persuasif Mengubah Perilaku Pembelian. *Jurnal The Messenger*, 8(1), 1-16.

- Rahmi, A. N. (2018, September). Perkembangan Industri Ekonomi Kreatif Dan Pengaruh Terhadap Perekonomian Di Indonesia In *Seminar Nasional Sistem Informasi (SENASIF)* (Vol. 2, No. 1, pp. 1386-1395).
- Ratman, A. (2015). Interaksi Sosial Anak Berkesulitan Belajar Di SD Negeri Banyusoco II. *Basic Education*, 4(5).
- Rismanita, R. A., Pangestuti, E., & Rahma Devita, L. D. (2018). Pengaruh Perceived Value Dan Sastisfaction Terhadap Brand Loyalty (Survei pada Pelanggan Produk Nu Skin di Distributor Resmi Perumahan Aluminium Kota Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 63(1), 207-215.
- Salim, I. Pengaruh Interaksi Sosial Dalam Keluarga Terhadap Hasil Belajar Sosiologi Siswa Kelas XI IPS. *Jurnal Pendidikan dan Pembelajaran*, 5(11).
- Saputri, Y. R., & Jalil, Z. A. (2017). Interaksi Sosial Keluarga Militer dengan Masyarakat Sipil: Studi kasus di asrama rindam iskandar muda mata ie. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial & Ilmu Politik*, 2(2), 672-696.
- SARING, K. S. G. C. Solidaritas Pengerdara Vespa Dalam.
- Shopee.co.id, (2018), Kira-kira Apa sih Kelebihan Berbelanja di Shopee? Cek Disini Yuk! <https://shopee.co.id/inspirasi-shopee/fun-read/kira-kira-apa-sih-kelebihan-berbelanja-di-shopee-cek-disini-yuk/> diunduh pada 24 januari 2018
- Siagian, S. A. (2012). Interaksi Siswa Rintisan Sekolah Bertaraf Internasional (RSBI) Dalam Memaknai Simbolitasnya. *Perspektif Sosiologi*, 1(1).
- Sidauruk, E. (2010). Hubungan Eksekutif Desa dengan Legislatif Desa dalam Penetapan Peraturan Desa Tentang Pembangunan Fisik DesaMarga Kaya. *Skripsi*).Universitas Lampung. Lampung.
- Situmorang, I. L. (2016).PengaruhKualitasProdukdanIklanTerhadap Citra MerekdanKeputusanPembelianProdukKecantikanMerek Pond's

- pada Remaja di kota Pekanbaru. *Jurnal Online Mahasiswa (JOM) Bidang Ilmu Ekonomi*, 4(1), 72-86.
- Sukoco, M. H. (2018). Pengaruh Pemasaran Event terhadap Citra Merek Minuman Isotonik Mizonedi Surabaya. *BISMA (Bisnis dan Manajemen)*, 7(1), 9-16.
- Sukoco, M. H. (2018). Pengaruh Pemasaran Event terhadap Citra Merek Minuman Isotonik Mizonedi Surabaya. *BISMA (Bisnis dan Manajemen)*, 7(1), 9-16.
- Suwarni, E., Suharyono, S., & Kumadji, S. (2017). Pengaruh Iklan Di Televisi, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Citra Merek Serta Implikasinya Pada Minat Pembelian (Survei Pada Calon Konsumen Susu SGM Di Kota Malang). *Profit (JURNAL Administrasi Bisnis)*, 11(1), 24-32.
- Verawati, N. (2017). Strategi Program Acara “INI TALKSHOW” Sebagai Upaya Menaikan Rating NET. TV. Penelitian Mandiri Universitas Bandar Lampung.
- Webarq.com, (2010), Perkembangan Internet Di Indonesia, <https://www.webarq.com/id/perkembangan-internet-di-indonesia.html> diunduh pada 23 januari 2019
- Wedarini, N. M. S., (2012), Pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan telkom flexi. *Jurnal Administras iBisnis*, 7(1), 495-512.
- Widowati, T. I. (2015). Pengaruh kreativitas iklan, kualitas pesan iklan, dan daya tarik iklan terhadap sikap pada merek melalui efektivitas iklan pada iklan merek “X” di Surabaya. *Kajian Ilmiah Mahasiswa Manajemen*.
- Zainudin, E. W., Rusman, T., & Putri, R. D. (2018). Pengaruh Brand Image, Harga, Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Motor Melalui Kepuasan Konsumen. *JEE (Jurnal Edukasi Ekobis)*, 6(6).