

DAFTAR RUJUKAN

- Ananda, S. (2019). Pengaruh Viral Marketing dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Keputusan Pembelian Online Shop Berbasis Aplikasi pada Mahasiswa/I Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sumatera Utara.
- Aqsa, M., & Kartini, D. (2015). Impact Of Online Advertising On Consumer Attitudes And Interests Buy Online Survey On Students Of Internet Users In Makassar. *International Journal of Scientific & Technology Research*, 4(4), 230–236.
- Ayuningtyas, I. D. (2017). Analisis Pengaruh Pemberdayaan dan Pengembangan Karir terhadap Kinerja Pegawai dengan Kepuasan Kerja sebagai Variabel Intervening (Studi pada Pegawai PDAM Tirta Mordal Kota Semarang). 6(3), 1-13.
- Bannet, A. G. (2010). *The Big Book Of Marketing: Lessons and the Best Practices From the World's Greatest Companies*. New York: Mc Grow Hill.
- Basu , S. D., & Irawan. (2008). *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty.
- Bizinsight. (2020, januari 24). *digiads*. Diambil kembali dari digiads: <https://digiads.co.id/blog/news/digital-advertising-indonesia-2020-masih-berkembang-pesat/>
- Bungin, B. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif*. Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada.
- Damayanti, Destry;. (2019). *Mengenal Lebih Dekat Bank Indonesia*. Kupang: Bank Indonesia.
- Databoks. 2021. *Peran penting Marketplace bagi UMKM saat pandemi Covid-19 (Mei 2021)*. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/05/05/lewat-marketplace-77-umkm-terbantu-pasarkan-produk-saat-pandemi-covid-19>. Diakses pada 11 Agustus 2021
- Datareportal. 2020. *Digital 2020: Indonesia*.<https://datareportal.com/reports/digital-2020-indonesia>. Diakses pada 10 Agustus 2021.
- Dewi, A. M. (2018). Pengaruh Iklan Online Melalui Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Bagi Peningkatan Penjualan Produk Kuliner Lokal. *Jurnal Ekonomi Universitas Kadika*, 3(1).
- Djumena, E. (2020, November 5). *Indonesia Resmi Resesi, Ekonomi Kuartal III-2020 Minus 3,49 Persen*. KOMPAS.com. <https://money.kompas.com/read/2020/11/05/111828826/indonesia-resmi-resesi-ekonomi-kuartal-iii-2020-minus-349-persen?page=all>.
- Fadjarina, Januari. 2016. Pengaruh Periklanan Dan kepercayaan Online Terhadap Proses Keputusan Pembelian Serta Dampaknya Pada pembelian Berulang Dalam C2ce-Commerce Tokopedia. Skripsi. Jakarta: Universitas Islam Negeri Jakarta.
- Febriani, K. (2008). Program Loyalitas Pelanggan Dalam Meningkatkan Citra Merek. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*.

- GetCarft. (2020). *Indonesia Digital and Content Marketing Report 2017*. Jakarta: Marketing Craft.
- Ghozali, I. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS 19. Edisi Kelima*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gunawan, H., & Ayuningtiyas, K. (2018). Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan Dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Daring Di Aplikasi Bukalapak Pada Mahasiswa Politeknik Negeri Batam. *Journal of Applied Business Administration*, 2(1), 152-165.
- Hardiawan, A. C. (2013). *Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Hidayat, M. 2020. *Desain Iklan pada Marketplace untuk Menarik Minat Konsumen (Studi Iklan di Shopee)*. Skripsi. Kalimantan: Universitas Islam Kalimantan.
- Imandiar, Y. (2020, Oktober 9). *Cyberlife*. Diambil kembali dari detikInet: <https://inet.detik.com/cyberlife/d-5207630/rangkul-92-juta-umkm-ini-jurus-tokopedia-dongkrak-minat-belanja>
- Isyanahapsari, S., & Nurseto, S. (2018). Pengaruh Periklanan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Pada Situs Belanja Online (Studi Kasus pada Pengguna E-commerce Elevenia Di Kota Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 7(1), 117-129.
- Pikiranrakyat.com. 2021. *Belanja Online Meningkat 400%, BPKN: Masih Banyak dikeluhkan konsumen. Diakses pada 13 Agustus 2021*.
- Jerry , O. C., & Peter , J. P. (2014). *Perilaku konsumen dan strategi pemasaran Edisi Sembilan*. Jakarta: Salemba Empat.
- Katadata.co.id. 2020. *Terpukul Pandemi, Zara dan Uniqlo Investasi Layanan E-Commerce*. <https://katadata.co.id/ekarina/brand/5f68686466508/terpukul-pandemi-zara-dan-uniqlo-investasi-layanan-e-commerce>. Diakses 12 Agustus 2021
- Kertajaya, H. (2005). *Manajemen Pemasaran. Gramedia Pustaka Utama: Jakarta*.
- Kotler, P. (2005). *Manajemen Pemasaran. Jilid 1 dan 2*. Jakarta : PT Indeks.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2008). *Prinsip-prinsip Pemasaran, Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2016). *Prinsip-prinsip Pemasaran. Edisi 13. Jilid 1*. Jakarta: Erlangga
- kotler, p., kartajaya, h., & setiawan, i. (2019). *Marketing 4.0 Bergerak dari Tradisional ke Digital*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

- Martínez, P., & Del Bosque, I. R. (2013). CSR and customer loyalty: The roles of trust, customer identification with the company and satisfaction. *International Journal of Hospitality Management*, 89-99.
- McKnight, H. D., & Choudhury, K. (2002). *Developing and Validating Trust Measures for E-Commerce, an integrative Typology*. Michigan: Michigan State University.
- Meilyana, E. (2018, Agustus 13). *Global Business Marketing*. Diambil kembali dari Undergraduate Program Global Business Marketing: <https://bbs.binus.ac.id/gbm/2018/08/13/content-marketing/>
- Mowen, J. C., & Minor, M. (2002). Perilaku konsumen. *Jakarta: Erlangga, 90*.
- Pasaribu, L.N. (2020). The influence of trust on the online purchase decisions with buying interest on the social networking site Instagram: case study of online shop users on Instagram. *Research, Society And Development*, 9(10).
- Puspita, R. C., & Suryoko, S. (2017). Pengaruh Iklan, Harga, Dan Kepercayaan Merek Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Revlon (Studi Pada Mahasiswa S1 Universitas Diponegoro). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 6(3), 418-425.
- Khusnaeni, N. L., Yulianto, E., & Sunarti, S. (2017). Pengaruh iklan terhadap sikap konsumen serta dampaknya pada keputusan pembelian (survei pada mahasiswa s1 universitas brawijaya malang pengguna kartu seluler telkomsel 4g lte yang pernah melihat iklan telkomsel 4g lte versi "nixia gamer"). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 47(2), 49-56.
- Rahmadi, F., Achmad, G. N., & Wasil, M. (2019). Pengaruh Content Marketing Dan Integrated Digital Marketing Serta Mobile Marketing Terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Go-Jek Online di Kota Samarinda. *Jurnal Ilmu Manajemen Mulawarman*.
- Rahmadi, Fajar; dkk;. (2019). Pengaruh Content Marketing dan Integrated Digital Marketing Serta Mobile Marketing Penggunaan Jasa Go-Jek Online di Kota Samarinda. *Jurnal Ilmu Manajemen Mulawarman*, 5.
- Rahmilla, C. P., & Sri, S. (2017). Pengaruh Iklan, Harga, Dan Kepercayaan Merek Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Revlon, Diponegoro. *Journal Of Social And Political*.
- Rizam, M. I. (2017). *Skripsi "Pengaruh Kepercayaan Dan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Online Di Lazada Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Medan Area"*. Medan: Universitas Medan Area.
- Safitri, F. (2020). *Pengaruh Viral Marketing dan Kepercayaan Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Pada Bejo's Milk Cafe di Kota Metro*. (Universitas Muhammadiyah Metro) Diakses dari <http://eprints.ummetro.ac.id/115/>
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2010). *Consumer Behaviour (10th ed)*. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Setiawaty, N. A. (2017). Pengaruh Iklan, Citra Merek dan Kepercayaan Merek terhadap Minat Beli Konsumen Smartphone Samsung Galaxy Series. *Jurnal Ekonomi Bisnis*, 48.

- Subroto, B. (2011). *Pemasaran Industri (Business to Business Marketing)*. Yogyakarta: CV.Andi Offset.
- Sugiyono. (2015). *Statistika Untuk penelitian*. Bandung: CV Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: CV Alfabeta.
- Sumarwan, U. (2003). *Perilaku Konsumen Teori dan Aplikasinya. Ghalia Indonesia. Jakarta.*
- Thomson. (n.d). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Konsumen pada Warung Ucok Durian Iskandar Muda Medan terhadap Keputusan Pembelian*. FE USU.
- Tumewu, & Ruslim. (2015). The influence of advertisement, perceived price, and brand image on consumer buying decision to Asus Mobile Phone. *Jurnal EMBA*, 3(3), 393-401.
- Wicaksono, M. A., & Seminari, N. K. (2016). Pengaruh Iklan dan Word of Mouth terhadap Brand Awareness Traveloka. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 5102.
- Wahyuni, S., & Pardamean, J. (2016). Pengaruh Iklan, Harga Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Simpati Di Institute Perbanas. *Jurnal studi manajemen dan bisnis*, 3(1), 13-30.

