

## DAFTAR PUSTAKA

- Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia [APJII]. (2017). *Penetrasi dan perilaku pengguna internet Indonesia*. Jakarta: Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia.
- Abdulkarim J (2016). *The Impact of Promotional Mix Elements on Consumers Purchasing Decisions from Journal for studies in Management and Planning*, 171-179
- Alma, Buchari. (2013). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta
- Bagus, T. (2017). *Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Proses Keputusan Pembelian Warunk Upnormal Bandung*. Universitas Telkom.
- Chandra, G. (2014). *Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Original Jersey Persib Bandung*
- eMarketer. 2015. *Internet to Hit 3 Billion Users in 2015*. Diakses pada 25 November 2016. Dari <https://www.emarketer.com/Article/Internet-Hit-3-Billion-Users-2015/1011602>
- Indrawan, Rully., dan Yaniawati, Poppy. (2014). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, dan Campuran untuk Manajemen, Pembangunan, dan Pendidikan*. Bandung. Refika Aditama
- Indrawati. (2015). *Metode Penelitian Manajemen dan Bisnis Konvergensi Teknologi Komunikasi dan Informasi*. Bandung : Aditama.
- Inayatullah, I (2017). *Pengaruh Bauran promosi Terhadap Keputusan Pembelian*, Bandung.

- Iyad, A. (2016). *European Journal of Business and Management*. The effect of Promotion mix elements on consumer buying decisions of mobile service: The case of Umniah.
- Kotler, Philip & Keller, K. L. (2016). *a framework for marketing management* (6th ed.). England: Pearson.
- Kotler, Philip & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). England: Pearson.
- Kotler, Philip & Armstrong. (2016). *Principles of Marketing* (17th ed.). England: Pearson.
- Kwen, Kwok. (2012). *The Use of Midpoint on Likert Scale : The Implication for Educational Research. Hong Kong Teachers' Centre Journal*. Vol.11 121-130.
- Laudon, K. C., dan Traver, C. G. (2016). *E-commerce Business Technology, Society Global Edition* (12<sup>th</sup> ed). England: Pearson Education Limited.
- Libriyanti, A. (2017). *Ini 10 Toko Online Terbaik di Indonesia*, dari <http://tekno.liputan6.com/read/3068210/ini-10-toko-online-terbaik-di-indonesia> [2 Februari 2018]
- Nathania, Y. (2017). *Pertumbuhan e-Commerce Indonesia meningkat tajam, siapa posisi teratas?*. Dari <https://www.idntimes.com/business/economy/yoshi/pertumbuhan-e-commerce-indonesia-1/full>. [28 Januari2018]
- Nafisah, A. Yusiana, R. (2017). *Analisis Promotion Mix Pada Tokopedia Tahun 2017*. E-proceeding of Applied Science. 1129-1134.
- Kurniawan, Arief Rahman. (2014). *Total Marketing*, Yogyakarta: Kobis.

- Riduwan, dan Kuncoro, E. A. (2014). *Cara menggunakan dan memakai path analysis (Analisis jurnal)*. Bandung: Alfabeta.
- Sagala, C. (2014). *Influence of promotional mix and price on customer buying decisions toward fast food sector, a survey on university students in Jabodetabek*. International Journal of Scientific and Research publication.
- Shopee. (2015). *Tentang Shopee*. (Online). <https://shopee.co.id/about> [28 Januari 2018]
- Siregar, Syofian. (2013). *Statistik Parametrik untuk Penelitian Kuantitatif*. Jakarta. PT. Bumi Aksara.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Suhari, Yohanes. (2008). *Keputusan Membeli Secara Online dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhinya*. Jurnal Teknologi Informasi DINAMIK. Vol.XIII. No.2. 140-146
- Sunyoto, Danang. (2012). *Dasar-dasar Manajemen Pemasaran*, Yogyakarta: Center of Academic Publishing Service
- Sunyoto, Danang. (2013). *Perilaku Konsumen*, Yogyakarta: Center of Academic Publishing Service.
- Tjiptono, Fandy dan Gregorius Chandra. (2012). *Pemasaran Strategik*, Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- Y, Admin. (2018). *Jobfair ITB integrated career days March 2018*. Dari <http://jadwalevent.web.id/titian-karir-terpadu-itb-2018#.WzUGWtIzbIU>. [3 April 2018]