



DAFTAR PUSTAKA

Arikunto, S. (2013), *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, Jakarta: Rineka Cipta.

Chaffey, D. & Chadwick, E. (2016), *Digital Marketing*, Edisi 6, United Kingdom: Pearson Education Limited.

Chandra, G. (2002), *Strategi dan Program Pemasaran*, Yogyakarta: Andi Offset.

Davis, F.D. (1985), *A Technology Acceptance Model for Empirically Testing New End User Information Systems: Theory and Results. Disertasi. Massachusetts Institute of Technology*.

Ghozali, I. (2018), *Aplikasi Analisis Multivariate Program IBM SPSS 25*, Semarang: Universitas Diponegoro.

Gunawan & Annetta (2014), 'Analisis Strategi Dan Taktik Pemasaran Dalam Aktivitas E-Commerce Untuk Meningkatkan Pertumbuhan Pt Golden Rama Express'. *Jurnal The Winners*, 15(1), 61-71, diakses pada 5 April 2022, <https://www.neliti.com/publications/27117>.

Haryanti, S., & Tri, I. (2017), 'Rancang Bangun Sistem Informasi E-Commerce Untuk Usaha Fashion'. *Journal Speed Sentra Penelitian Engineering dan Edukasi*, 3(1), 10, diakses 5 April 2022, <https://www.antara.com/1657830/produk-fashion-masih-jadi-yang-terfavorit-di-e-commerce>.

Hendrikson, E., & Michael, V. (2012), *Teori Akuntansi*, Jakarta: Interaksara.

Himawan, AS. & Sugeng, S. (2014), 'Analisa dan Perancangan Sistem Informasi Penjualan Online (E-Commerce) pada CV Selaras Batik Menggunakan Analisis Deskriptif'. *Scientific Journal of Informatics*, 1(1), 58-59, diakses 5 April 2022, <https://journal.unnes.ac.id/nju/index.php/sji/article/view/3641>.

Jauhari, J., & Supardi, J. (2010), Skripsi : Pengembangan model pemasaran dan penjualan Produk unggulan usaha kecil dan menengah (UKM) berbasis E-commerce, Universitas Sriwijaya.

Jogiyanto (2008), *Sistem Informasi Keperilakuan*. Edisi Revisi, Yogyakarta: Penerbit Andi.

Kallapur, S., & Trombley, MA. (2001), 'The investment opportunity set: determinants, consequences and measurement'. *Managerial finance*, 27(3), 3-15, diakses 5 April 2022, <https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/03074350110767060>.

Karmawan, GM (2014), 'Dampak Peningkatan Kepuasan Pelanggan'. *ComTech, Jurnal*, 5(2), 748-762, diakses 8 April 2022, <https://www.neliti.com/publications/166013>.

Kotler, P., & Keller, K. (2008), *Marketing Management*, Twelve Edition, Jakarta: Erlangga.

\_\_\_\_\_. (2017), *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: Erlangga.

Kriyantono (2012), *Teknik Riset Komunikasi*, Jakarta: Kencana.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Copyright © 2022, Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie  
 Dilindungi hak cipta oleh Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie  
 Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mengutip sumbernya  
 a. Pengutipan harus untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.  
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.



- Mumtahana (2017), 'Pemanfaatan Web E-Commerce untuk Meningkatkan Strategi Pemasaran'. *Jurnal Ilmu Komputer dan Informatika*, 3(1), 6 – 15, diakses 5 April 2022, <https://www.researchgate.net/publication/318245549>.
- Nugroho, AS. (2016), 'Implementasi E-Commerce B2C Bahasa Jawa untuk UMKM Jolali Kao Semarang'. *Jurnal Masyarakat Informatika*, 6(11), 38-45, diakses 5 April 2022, <https://ejournal.undip.ac.id/index.php/jmasif/article/view/11117/0>.
- Peta *Persaingan E-Commerce Di Indonesia*, katadata.com, diakses 1 April 2022, <https://katadata.co.id/infografik/61b945392d739/peta-persaingan-e-commerce-di-indonesia>.
- Rangkuti, F. (2009), *Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus Integrated Marketing Communication*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Reza & Faisal (2016), 'Strategi Promosi Penjualan Online Lazada.co.id'. *Jurnal Kajian Komunikasi*, 4(1), 64-74, diakses 1 April 2022, <https://www.researchgate.net/publication/345745182>.
- Sojjan, A. (2004), *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Subramanyam, KR., & Wild, JJ. (2010), *Analisis Laporan Keuangan*, Jakarta: Salemba Empat.
- Sugiyono (2013), *Metode Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif*, Bandung: Alfabeta.
- Supriyanto (2005), *Perancangan Aplikasi*, Surabaya: Widyastana.
- Sutabri, Tata (2014), *Pengantar Teknologi Informasi*, Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Suyanto, M. (2005), 'Aplikasi IT untuk UKM menghadapi Persaingan Global Kedaulatan Rakyat Yogyakarta'. *Ejournal.unisba*, 6(2), 36-52, diakses 8 April 2022, <https://ejournal.unisba.ac.id/index.php/ethos/article/view/3247>.
- Tampilan *business to business (B2B) CKEystore*, iprice.co.id, diakses pada 1 April 2022, <https://iprice.co.id/ckey-jeans/>.
- Tipe *Aplikasi E-Commerce*, Katadata.com, diakses pada 5 April 2022, <http://tipe aplikasi ecommerce>.
- Tjiptono, F. & Gregorius, C. (2012), *Pemasaran Strategi*, Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Unaradjan, Dolet D. (2013), *Metode Penelitian Kuantitatif*, Jakarta: Unika Atma Jaya Jakarta.
- Wahyuningsi, Safitri (2022), 'Analisis Metode Komunikasi Sbar Di Instalasi Gawat Darurat'. *Jurnal Kesehatan Kusuma Husada*, 13(2), 84-85, diakses 8 April 2022, <https://www.researchgate.net/publication/362188619>.
- Website CKEystore 2015 Website CKEystore, diakses pada 1 April 2022, <http://ckeystore.com/>.