



DAFTAR PUSTAKA

Buku:

1. Aisyah, S., Ali, Y., Sudarso, A., Febrianty, R., & Rosita, Y. (2021). *Dasar-Dasar Periklanan*. Yayasan Kita Menulis.
1. Army Trilidia, D. (2022). *Perancangan Vidio Iklan Sebagai Media Promosi*. CV. Batam Publisher.
1. Cannon, J., Perreault, W., & E. Jerome, M. (2008). *Pemasaran Dasar Pendekatan Manajerial Global*. Salemba Empat.
1. Cooper, D., & Schindler, P. (2017). *Metode Penelitian Bisnis*. Salemba Empat.
1. Didik, G. (2022). *Keputusan Pembelian Konsumen Marketplace Shopee Berbasis Social Media Marketing*. PT Inovasi Pratama Internasional.
1. Febriani, N., & Asmara Dewi, W. (2022). *Sejarah dan Evolusi Strategi Manajemen Periklanan di Indonesia*. Universitas Brawijaya Press.
1. Gunawan, D. (2022). *Keputusan Pembelian Konsumen Marketplace Shopee Berbasis Social Media Marketing*. PT Inovasi Pratama Internasional.
1. Hartanto, B., & Indriyani, L. (2011). *Minat Beli Di Marketplace Shopee*. PT Inovasi Pratama Internasional.
1. Imam, G. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25*. Universitas Diponegoro.
1. Julyanthy, S., Hardianti, Ismail, M., Permadi, L., Siagian, E., Hutabarat, M., . . . Simamarta, J. (n.d.). *Perilaku Konsumen: Implikasi di era digital*. 2022: Yayasan Kita Menulis.
1. Kertamukti, R. (2015). *Strategi Kreatif Dalam Periklanan*. PT. RajaGrafindo Persada.
1. Morrisani, M. (2015). *Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Kencana.
1. Mursid, M., & Palupiningtyas, A. (2022). *Kontrol Perilaku Untuk Membeli Ulang Kosmetik Halal Perspektif Theory Of Planned Behavior*. Mansur Chadi Mursid.
1. Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. ALFABETA Bandung.
1. Timmons, D., Losordo, T., & Hundley, P. (1999). *Business Research Methods*. Salemba Empat.



Jurnal:



- Rainy, A., & Widayanto. (2020). Pengaruh Keragaman Produk Dan E-Service Quality Terhadap Minat Beli Ulang Melalui Kepuasan Konsumen (Studi pada Mahasiswa Universitas Diponegoro Pelanggan Zalora). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*.
- Saputra, M., & Sukardi. (2020). Analisis Pengaruh Variabel Store Atmosphere (Suasana Toko) Terhadap Minat Beli Ulang Pada Kopi Merapi. *Jurnal Fokus Manajemen Bisnis*.
- Susanto, E. (2014). Dinamika Pesan Iklan. *Jurnal Komunikasi Universitas Tarumanagara*.
- Tiefani, & Saputra, A. (2020). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Ulang Konsumen Pada Pt Anugerah Avava Cemerlang Batam. *Jurnal EMBA*.
- Widiastuti, T. (2021). Pengaruh Iklan dan Electronic Word of Mouth terhadap Minat Beli pada E-commerce Shopee. *Skripsi, 13*.
- Ramadhan, A.G., & Sentosa, S.B. (2017). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Citra Merek terhadap Minat Beli Ulang pada sepatu Nike Running di Semarang melalui Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Intervening. *Diponegoro Journal of Management*, 6(1), 1–12.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

1. Ditang mentip selgiata atau suruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipannya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.