

DAFTAR PUSTAKA

BUKU :

- Arikunto, Suharsimi. 2014. *Prosedur Penelitian : Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta : Rineka Cipta.
- Assauri, Sofjan. 2017. *Manajemen Pemasaran: Dasar, Konsep, dan Strategi*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Durianto. 2018. *Strategi Menaklukkan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek*. Jakarta : Gramedia Pustaka Utama.
- Hermawan, Agus. 2012. *Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kayode, O.O. 2014. *Marketing Communications*. Lagos: bookboon.com The eBook company.
- Kotler, Philip dan Kevin L. Keller. 2018. *Manajemen Pemasaran: Edisi kedua belas jilid 2*. Jakarta: Erlangga
- Morrison, M.A. 2010. *Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Kencana Prenadamedia Group.
- Pratama, I Putu Agus Eka. 2015. *E-Commerce, E-Business, dan Mobile Commerce*. Bandung: Informatika Bandung.
- Sangadji E.M. dan Sopiah. 2013. *Perilaku Konsumen Pendekatan Praktis Disertai: Himpunan Jurnal Penelitian*. Yogyakarta: CV ANDI OFFSET.
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Dan Pengembangan (Research and Development/ R&D)*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Bandung: Alfabeta.
- Wibowo L.Adi dan Donni J.Priansa. 2017. *Manajemen Komunikasi dan Pemasaran*. Bandung: Alfabeta.

JURNAL :

- Aiwan, Tania Yosephine. 2013. Efektivitas Pesan Iklan Televisi Tresemme Menggunakan *Customer Response Index* (CRI) Pada Perempuan Di Surabaya. Universitas Kristen Petra Surabaya. Jurnal E-Komunikasi Vol.1 No.2 Tahun 2013.
- Amru, P. Delifa dan Erni Martini. 2017. Efektivitas Iklan Product Placement L'oreal Pada Film Ada Apa Dengan Cinta 2 Menggunakan Metode Customer Response Index. Universitas Telkom Bandung. E-Proceeding of Management: Vol.4 No.3 Desember 2017.
- Andhini, Amelia. 2017. Pengaruh Transaksi *Online Shopping* dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Kepuasan Konsumen Pada *E-Commerce*. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya. Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen Vol.6 No.7 Juli 2017.
- Dewi, Ida Ayu P.M. 2016. Efektivitas Iklan Dengan Analisis AIDA (Attention, Interest, Desire dan Action) Studi Pada Pengguna Sepeda Motor Merek Yamaha Di Kota Singaraja. Universitas Pendidikan Ganesha Bali. Jurnal Program Studi Pendidikan Ekonomi Vol.8 No.3 Tahun 2016.
- Elvetta, Olivia, Anneke Suryabi, dan Regina Jokom. 2018. Analisa Komunikasi Pemasaran Interaktif Melalui Instagram Restoran Madame Chang Dan Hubungannya Dengan Respon Konsumen. Universitas Kristen Petra Surabaya.
- Ernestivita, Gesty. 2016. Analisis Efektivitas Tagline Iklan Televisi Minuman Ringan Teh Botol Sosro Versi "Apapun Makanannya Minumnya Teh Botol Sosro" Dengan Menggunakan Metode Customer Response Index (CRI). Universitas Nusantara PGRI Kediri.
- Jayanti, Ratna Dwi. 2015. Pengaruh Harga Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Secara *Online*. STIE PGRI Dewantara Jombang. Vol X No. 1, April 2015.
- Kumala, Geraldina, Felicia Goenawan dan Vita Monica. 2017. Efektivitas Iklan Brighton Di Jawa Pos Pada Masyarakat Surabaya. Universitas Kristen Petra Surabaya. Jurnal SCRIPTURA Vol.7 No.2 Desember 2017.
- Roza, P. Prima, Agus A.S. dan Rio Aurachman. 2018. Analisis Efektivitas Promosi Guten.Inc Bandung Pada Sosial Media Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Metode Customer Response Index (CRI). Universitas Telkom Bandung. E-Proceeding of Engineering: Vol.5 No.3 Desember 2018.

Tanjaya, Edward. 2017. Efektivitas Media Sosial Instagram Terhadap Kesadaran Merek Dr. Churros. Universitas Ciputra Surabaya. Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis Vol.2 No.4 Oktober 2017.

Tjahjono, P. Putri. 2016. Efektivitas Iklan TV Telkomsel 4G LTE Versi #Menjadiyangterbaik Bagi Relawan Bencana Pada Masyarakat Surabaya. Universitas Kristen Petra Surabaya. Jurnal E-Komunikasi Vol.4 No.1 Tahun 2016.

Wibawa dan Setyorini. 2015. Pengaruh *Celebrity Endorser* Terhadap Efektivitas Iklan. Universitas Katolik Soegijapranata Semarang. Psikodimensia Vol. 14 No. 2 tahun 2015.

Wifalin, Michelle. 2016. Efektivitas Instagram Common Grounds. Universitas Kristen Petra Surabaya. Jurnal E-Komunikasi Vol.4 No.1 Tahun 2016.

Wijaya, Noviany dan Diah Dharmayanti. 2014. Analisa Efektivitas Iklan Kosmetik Wardah Dengan Menggunakan Consumer Decision Model (CDM). Universitas Kristen Petra Surabaya. Jurnal Manajemen Pemasaran Petra Vol.2 No.1 Tahun 2014.

Yanti, Noni dan Carolina N. Mustikarini. 2018. Upaya Optimalisasi Penggunaan Instagram Pada Bisnis Stay Apparel. Universitas Ciputra Surabaya. Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis Vol.3 No.2 Juni 2018.

WEBSITE : www.apjii.or.id

www.instagram.com

www.iprice.co.id

www.kompasiana.com

www.liputan6.com

www.napoleoncat.com

www.shopee.co.id www.snapcart-

global.com www.topbrand-

award.com www.wearesocial.com

