

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Ma'ruf. 2015. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: Aswaja Pressindo.
- Afida, Afibatus dan Zamzami, M. 2020. *Perspektif Hukum Islam Terhadap Praktik Jual Beli Menggunakan Potongan Harga (Diskon) Dengan Berjangka Waktu di Pusat Perbelajaan Ramayana Kota Salatiga*. Jurnal Hukum Ekonomi Syariah. Vol. 4. N0.2.
- Aimsyah, Z. 2013. *Manajemen Sistem Informasi*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka.
- Ali Hasan. (2014). *Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan*. CAPS. Yogyakarta.
- Arikunto, S. 2007. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Belch, George, dan Belch, Michal. 2009. *Advertising and Promotion: An Integrated Marketing Communication Perspective, 8th Edition*. New York: Pearson Education.
- Blattberg, Robert & Briesch, Richard. 2012. *The Oxford Handbook of Pricing Management*. UK: Oxford University Press.
- Boone, Louis E dan Kurtz, David L. 2002. *Pengantar Bisnis. Jilid ke-1. Terjemahan Anwar Fadriansyah*. Jakarta: Erlangga.
- Cangara, Hafied. (2013). *Perencanaan dan Strategi Komunikasi*. Jakarta: Raja Grafindo

Daniel J, O’Kefee. 2008. *Elaboration Likelihood Model*. USA: Blackwell Publishing.

DataReportal. 2022. “*Digital 2022 Indonesia*,” retrieved from <https://datareportal.com/reports/digital-2022-indonesia> (Diakses 16/3/22)

Em, Griffin. 2012. *A First Look At Communication Theory*. New York: McGraw-Hill Companies.

Esterina, F. 2020. *Prediksi Angka Pengguna E-Commerce di Indonesia 2024*. Tempo.co. <https://data.tempo.co/data/909/prediksi-angka-pengguna-e-commerce-di-indonesia-2024> (Diakses 12/12/21)

Firmansyah. 2019. *Komunikasi Pemasaran*. Pasuruan: CV. Penerbit Qiara Media.

Fitriansyah, Fifit. 2018. *Efek Komunikasi Massa Pada Khalayak (Studi Deskriptif Penggunaan Media Sosial dalam Membentuk Perilaku Remaja)*. Jurnal Humaniora. Vol. 18. No. 2.

Hadya, D. 2021. *Tokopedia Masih Jadi E-Commerce Paling Banyak Dikunjungi pada Kuartal III 2021*. Databoks. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/11/18/tokopedia-masih-jadi-e-commerce-paling-banyak-dikunjungi-pada-kuartal-iii-2021> (Diakses 18/12/21)

Hatta, Holila & Salman, Muhammad. 2016. *Keputusan Pembelian: Pengaruh Kualitas Informasi Dan Komunitas Virtual Samsung Galaxy Tab Di E-Commerce*. Jurnal Ekonomi Bisnis, No. 1.

- Indrawati. 2019. *Analisis Elaboration Likelihood Model dalam Kalimat Persuasif Kampanye Presiden 2019 di Facebook*. Undas. Vol. 15. No. 2.
- J. Setiadi, Nugroho. 2015. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group
- Jarot, D. 2021. *Pengguna E-Commerce Indonesia Tertinggi di Dunia*. Databoks. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/06/04/penggunaan-e-commerce-indonesia-tertinggi-di-dunia> (Diakses 12/12/21)
- Jerry C. Olson dan Peter J. Paul. 2014. *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Jakarta: Salemba Empat.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2016. *Dasar-dasar Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2016. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT. Indeks.
- Nurudin. 2009. *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Pahlevi, Reza. *Survei: Nilai Transaksi GoFood Lebih Besar dari Shopee Food dan GrabFood*. Databoks. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/06/16/survei-nilai-transaksi-gofood-lebih-besar-dari-shopeefood-dan-grabfood> (Diakses 1/9/22)
- Prabowo & Mahfudz. 2021. *Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, dan Kualitas Informasi Produk terhadap Loyalitas Pelanggan dengan*

Kepercayaan Pelanggan sebagai Variabel Intervening. Journal of Management. Vol. 10. No.5.

Pradana, Mahir. 2015. *Klasifikasi Bisnis E-Commerce Di Indonesia. Jurnal Modus* vol. 27 no. 2.

Rahajeng. 2021. *50% Generasi Z Indonesia Pilih Layanan Pesan Antar Makanan GrabFood.* <https://www.cnbcindonesia.com/tech/20210614102310-37-252849/50-generasi-z-indonesia-pilih-layanan-pesan-makanan-grabfood>
(Diakses 9/6/22)

Rahayu, Denok. 2019. *Penerapan Diskon dalam Menarik Minat Beli Konsumen di Matahari Departement Store Kediri Town Square. Jurnal Ilmu-Ilmu Ekonomi. Vol. 12. No. 2.*

Rohmah, Miftahur. 2018. *Pengaruh Promosi Penjualan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Situs Jual Beli Online Elevenia. Jurnal Ilmu Komunikasi. Vol. 5. Edisi II.*

Romney, Marshall dan Steintbart, Paul. 2014. *Sistem Informasi Akuntansi: Accounting Information System (Edisi 13).* Prentice Hall.

Somantri, Ating & Ali, Sambas Muhidin. 2009. *Aplikasi Statistika Dalam Penelitian.* Bandung: Pustaka Setia.

Stephanie, Eunike. 2020. *Pengaruh Promosi Penjualan (Diskon, Cashback, dan Promosi Gabungan) Aplikasi LinkAja terhadap Keputusan Pembelian*

Pelanggan. Fakultas Ilmu Komunikasi. Universitas Multimedia Nusantara:
Banten.

Sudaryono. 2019. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Mix Method*.
Depok: Rajawali Pers.

Sugiyono & Lestari, Puji. 2021. *Metode Penelitian Komunikasi (Kuantitatif,
Kualitatif, dan Cara Mudah Menulis Artikel pada Jurnal Internasional)*.
Bandung: Alfabeta.

Sujarweni, Wiratna. 2014. *Metodologi – Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Baru
Press.

Suparwo, Adi & Rahmadewi, Penny. (2021). *Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas
Informasi Dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Minat Beli Online Di
Lazada. Jurnal Pemasaran, Keuangan & Sumber Daya Manusia*. Vol.1 No.
4.

Sutisna. 2002. *Perilaku Konsumen & Komunikasi Pemasaran*. Bandung: PT.
Remaja Rosdakarya.

Tjiptono, Fandi. 2008. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: CV. Andi Offset.

Vicenovie, Ilona. 2021. *Pengaruh Daya Tarik Content Marketing dan Content
Review Terhadap Keputusan Pembelian (Survei pada Followers Akun
@msglowbeauty)*. Jurnal Ilmu Komunikasi. Vol. IV. No. II.

Wibowo & Sari. 2021. *Pengaruh Diskon Harga Terhadap Pembelian Impulsif Secara Online Pada Pengguna Aplikasi Shopee. E-Proceeding of Management. Vol. 8. No. 2.*