

DAFTAR PUSTAKA

- Adhy, M. A. R. S., & Herieningsih, S. W. (2019). Pengaruh Terpaan Iklan Bukalapak di Televisi dan Promosi Penjualan terhadap Keputusan Pembelian di Situs Jual Beli online Bukalapak.
- Dhaeswara, V. A. (2019). Pengaruh *Tagline* “Gratis Ongkir” Shopee Terhadap Keputusan Berbelanja Online Pada Masyarakat (Studi Pada Masyarakat Kota Bandar Lampung).
- Dirwan, D., Themba, O. S., & Latief, F. (2021). Aspect Purchasing Decisions at Consumers Lazada: Trust, Price, *Tagline*. *JURNAL ECONOMIC RESOURCE*, 3(2), 86-93.
- Fabella, N. T., & Alfani, A. (2021). Pengaruh Iklan, Persepsi Kualitas, dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Jurnal Manajemen dan Bisnis (JMB)*, 2(1).
- Harminingtyas, R. (2013). Analisis Penggunaan *Tagline* Pada Setiap Usaha Periklanan Minuman Ringan Berkarbonasi Merek Coca-Cola Dan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Kota Semarang. *Fokus Ekonomi: Jurnal Ilmiah Ekonomi*, 8(2).
- Iprice, Group. (2020). Peta *E-commerce* Indonesia 2020. <https://iprice.co.id/insights/mapofecommerce/>
- Jayanti, R. D., & Zuhri, M. Z. (2017). Analisis Pengaruh Iklan Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Teh Pucuk Harum Pada Konsumen De Nala Foodcourt. *Eksis: Jurnal Riset Ekonomi dan Bisnis*, 12(1).
- Kotler P & Amstrong G., (2004). *Principle of Marketing*, 10th edition / International Edition, Prentice Hall, New Jersey
- Kotler, Philip, (1997). *Marketing Manajemen 1*. Penerbit Erlangga, Jakarta.

- Lake, L. (2017). *The Marketing Definition of Tagline*. Dipetik March 2018, dari thebalance.com. <https://www.thebalancesmb.com/what-is-a-Tagline-4017760>
- Maulana, H. A., & Asra, Y. (2019). Analisa Pengaruh Promo Gratis Ongkos Kirim terhadap Keputusan Pembelian pada *E-commerce* oleh Generasi Z di Daerah Pedesaan. *Inovbiz: Jurnal Inovasi Bisnis*, 7(2), 162-165.
- Mohammad, Mamduh. (2019). Rataan Pengunjung Bulanan *E-commerce* Indonesia Q3 2019. <https://www.medcom.id/teknologi/news-teknologi>
- Nasrial, O. H., & Atnan, N. (2019). Pengaruh Iklan Tv Shopee Versi "goyang Shopee 9.9 Super Shopping Day" Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Aplikasi Shopee (survey Pada Masyarakat Di Kota Bandung). *eProceedings of Management*, 6(1).
- Ramadhan, R. S. (2018). Pengaruh Promosi Gratis Ongkos Kirim Shopee Terhadap Keputusan Pembelian Mahasiswa di Yogyakarta
- Zhang, R. (2019). The Influence of Advertising on the Consumers' Purchasing Decision. In *1st International Conference on Business, Economics, Management Science (BEMS 2019)* (pp. 142-146). Atlantis Pres.