

DAFTAR PUSTAKA

- Ardianto, E., & Q-Anees, B. (2011). *Filsafat Ilmu Komunikasi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Ayun, P. (2014). *Cyberspace and Culture: Melihat Dinamika Budaya Konsumerisme, Gaya Hidup, Dan Identitas Dalam Dunia Cyber*. Yogyakarta: Buku Lintera Yogyakarta.
- Cangara, H. (2016). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Creswell, J. (2013). *Research Design. Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan Mixed*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Denzin, N., & Yvonna, S. (2009). *Handbook Of Qualitative Research*. Jogjakarta: Pustaka Pelajar.
- Febriani, S., & Asmara, W. (2018). *Teori dan Praktis: Riset Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Malang: UB Press.
- Gunawan, I. (2013). *Metode Penelitian Kualitatif : Teori dan Praktek*. Jakarta. Bumi Aksara.
- Hadari, N. (2005). *Metode Penelitian Bidang Sosial*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Hery. (2019). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT. Grafindo.
- Wong, J. (2010). *Internet Marketing for Beginners*. Jakarta. PT. Elex Media Komputindo.
- Kaelan. (2012). *Metode Penelitian Kualitatif Interdisipliner*. Yogyakarta: Paradigma.
- Kotler, P., & Keller, L. K. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kountur, R. (2009). *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Thesis*. Jakarta: PPM.
- Kriyantono, R. (2006). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana.
- Kuswarno, E. (2009). *Metodologi Penelitian Konsepsi Pedoman dan Contoh Penelitian*. Bandung: Widia Pajajaran.
- Kuswarno, E. (2013). *Metode Penelitian Komunikasi Fenomenologi*. Bandung: Widya Padjajaran.

- Moleong, J. L. (2017). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Morrison, M. (2010). *Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Kencana.
- Mulyana, D. (2009). *Ilmu Komunikasi; Suatu Pengantar*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Mulyana, D. (2013). *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Pearson, M. (2008). *Sistem Informasi Manajemen*. Jakarta: Salemba.
- Prasetyo, B. d. (2018). *Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Malang: UB Press.
- Pujiyanto. (2005). *Strategi Pemasaran Produk Melalui Media Periklanan*. Jakarta: Nirmana.
- Purba, B. (2020). *Ilmu Komunikasi: Sebuah Pengantar*. Yayasan Kita Menulis.
- Rakhmat, J. (2016). *Metode Penelitian Komunikasi Edisi ke dua*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Romindo, d. (2019). *E-Commerce: Implementasi, Strategi dan Inovasinya*. Yayasan Kita Menulis.
- Saladin, D. (2003). *Intisari Pemasaran dan Unsur-Unsur Pemasaran, cetakan ketiga*. Bandung: Linda Karya.
- Saputra, H. D. (2020). *Digital Marketing; Komunikasi Menjadi Lebih Mudah*. Yayasan Kita Menulis Press.
- Shimp, A. T. (2014). *Komunikasi Pemasaran Terpadu dalam Periklanan dan Promosi*. Jakarta: Salemba Empat.
- Silviani, I. (2020). *Komunikasi Organisasi*. Surabaya: PT. Scopindo Media Pustaka.
- Sugiyono. (2009). *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Suyanto, M. (2003). *Strategi Periklanan Pada E-Commerce Top Dunia*. Yogyakarta: Andi.
- Thomson, S.C. (2008). *Discovering Computers*. Jakarta: Salemba.
- Tjiptono, F. (1997). *Strategi Pemasaran Edisi II*. Yogyakarta: Andi.

Vera, N. (2016). *Komunikasi Massa*. Bogor: Ghalia Indonesia.

Yusup, M., & Subekti, P. (2010). *Teori dan Praktik Penelusuran Informasi*. Jakarta: Kencana.

Zaharrudin, H. (2006). *Menggali Potensi Wirausaha*. Bekasi: CV Dian Anugerah Perkasa.

Sumber lain:

Ipriceinsight.com. Diakses pada tanggal 14 Februari 2020 pukul 22.00 WIB.

Dian Sarastuti. *Jurnal Kajian Komunikasi* Volume 16, No.01, Mei 2017.

Hendri Prasetyo. *Jurnal Cyber Community, Cybercultures: Arsitektur Baru Masyarakat Modern* Volume II, No.02, Desember 2010.

Irmawati Dewi. *Jurnal Ilmiah Orasi Bisnis*, Edisi ke-VI, November 2011.