

## DAFTAR PUSTAKA

- Badan Pusat Statistika Kota Semarang.  
<https://semarangkota.bps.go.id/statictable/2021/07/27/209/jumlah-penduduk-dan-rasio-jenis-kelamin-menurut-kecamatan-di-kota-semarang-2020.html> Diakses pada 1 Maret 2021.
- Ciawi, Christin. 2016. "Pengaruh Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Minute Maid Pulpy Orange Pada Stasiun Televisi Nasional (Studi Pada Mahasiswa Ilmu Administrasi Bisnis FISIP USU)". Skripsi: Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sumatera Utara.  
<https://repositori.usu.ac.id/bitstream/handle/123456789/2753/120907078.pdf?sequence=1>
- Clareta, Dyva. 2009. "Motif Masyarakat Terhadap Program Acara Eidelweis Di TV SBO Surabaya (Studi Deskriptif Tentang Motif Masyarakat Sidoarjo Terhadap Program Acara Eidelweis Di TV SBO Surabaya)". Jurnal Ilmu Komunikasi Vol. 1 No. 1 April 2009, hal. 11.  
<https://media.neliti.com/media/publications/99845-ID-none.pdf>
- Dahlioni, Yani dan Rohmat Hasanul Ahwal. 2021. "Kajian Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Lokasi, dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Gieselin Food Sukser Makmur di Jember". Jurnal Inovasi Penelitian Vol. 2 No.1 Juni 2021, hal. 181. <https://stp-mataram.e-journal.id/JIP/article/view/618/523>
- Garaika dan Darmanah. 2019. *Metodologi Penelitian. Lampung Selatan*: CV. Hira Tech.  
<https://stietrisnanegara.ac.id/wp-content/uploads/2020/09/Metodologi-Penelitian.pdf>
- Gemiano, Dian "Perang Iklan Media Digital dan Media Tradisional, Masihkan Relevan ?" Terdapat pada <https://www.kompas.com/tren/read/2022/05/06/120000365/perang-iklan-media-digital-dan-media-tradisional-masihkah-relevan-?page=all> diakses pada 29 Juli 2022.
- Imam Ghozali. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS 23 (Edisi 8)*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Hal 47-60
- Jasmalinda. 2021. "Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Motor Yamaha di Kabupaten Padang Pariaman". Jurnal Inovasi Penelitian Vol.1 No.10 Maret 2021, hal. 2200.  
<https://stp-mataram.e-journal.id/JIP/article/view/422/355>
- Komarudin dan Sarkadi. 2017. *Evaluasi Pembelajaran*. Jakarta: Laboratorium Sosial Politik Press.  
[http://sipeg.unj.ac.id/repository/upload/buku/11\\_Buku\\_Evaluasi\\_Pembelajaran.pdf](http://sipeg.unj.ac.id/repository/upload/buku/11_Buku_Evaluasi_Pembelajaran.pdf)
- Kotler, Philip dan Garry Armstrong. 2001. *Prinsip – Prinsip Pemasaran*. Alih Bahasa Darmos Sihombing (Edisi 8 Jilid 2). Jakarta: Erlangga.

- Kotler, Philip dan Garry Amstrong. 2010. *Prinsip – Prinsip Pemasaran (Edisi 12 Jilid 1 dan 2)*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Garry Amstrong. 2012. *Principles of Marketing*. New Jersey: Pearson Education Limited.
- Kumar, Prasanna dan K. Venkateswara Raju. 2013. “*The Role of Advertising in Consumer Decision Making*”. *Journal of Business and Management* Vol. 14, Issue 4.  
[https://www.academia.edu/14853811/The\\_Role\\_of\\_Advertising\\_in\\_Consumer\\_Decision\\_Making](https://www.academia.edu/14853811/The_Role_of_Advertising_in_Consumer_Decision_Making)
- Lukitaningsih, Ambar. 2013. “Iklan Yang Efektif Sebagai Strategi Komunikasi Pemasaran”. *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan* Vol. 13, No. 2, Oktober 2013: 119 – 129, hal. 117.  
<https://media.neliti.com/media/publications/23468-ID-iklan-yang-efektif-sebagai-strategi-komunikasi-pemasaran.pdf>
- Lamb, Hair dan McDaniel. 2001. *Pemasaran (Edisi 1)*. Jakarta.
- Lee, Monle dan Carla Johnson. 2011. *Prinsip – Prinsip Pokok Periklanan Dalam Perspektif Global*. Jakarta: Kencana Pranata Media.
- Lestari, Tirta. 2015. “Pengaruh Terpaan Iklan Televisi Elevenia terhadap Minat Beli Mahasiswa” Skripsi: Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Ageng Tirtayasa Serang.  
<https://eprints.untirta.ac.id/537/1/Pengaruh%20Terpaan%20Iklan%20Televisi%20Elevenia%20Terhadap%20Minat%20Beli%20Mahasiswa%20-%20Copy.pdf>
- Maulana, Shabur Miftah, Heru Susilo dan Riyadi. 2015. “Implementasi E-commerce Sebagai Media Penjualan Online (Studi Kasus Pada Toko PastbriK Kota Malang)”. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)* Vol. 29. No. 1, hal. 3. <https://123dok.com/document/ynp806jz-implementasi-commerce-sebagai-media-penjualan-online-pastbrik-malang.html>
- Mustika, Putra. GMV Sociolla Meningkatkan hingga Tujuh Kali Lipat dalam Setahun, Ini Strategi Mereka. Terdapat pada <https://id.techinasia.com/strategi-sociolla-tingkatkan-gmv>. Diakses pada 24 November 2021.
- Nofalia, Ike. Mengenal Sociolla, E-commerce Kecantikan Terbaik di Indonesia. Terdapat pada <https://www.finansialku.com/sociolla/>. Diakses pada 23 November 2021.
- Patarianto, Pierre. 2015. “Analisa Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Nasabah di PT. Bank Mandiri (Persero) TBK. Cabang Sidoarjo Gedangan”. *Jurnal Maksipreneur*, Vol IV, No. 2, Juni 2015, hal. 31.  
<https://123dok.com/document/zgr0e4nq-analisa-kualitas-layanan-terhadap-terhadap-kepuasan-sidoarjo-gedangan.html>
- Purnomo, Puji dan Maria Sekar Palupi. 2016. “Pengembangan Tes Hasil Belajar Matematika Materi Menyelesaikan Masalah Yang Berkaitan Dengan Waktu, Jarak Dan Kecepatan Untuk Siswa Kelas V”. *Jurnal Penelitian (Edisi Khusus PGSD)*, Vol. 20, No. 2, Desember 2016, hal. 153.  
<https://docplayer.info/82953069-Pengembangan-tes-hasil-belajar-matematika-materi-menyelesaikan-masalah-yang-berkaitan-dengan-waktu-jarak-dan-kecepatan-untuk-siswa-kelas-v.html>

- Putri, Rifda Auva dan Vivin Dian Devita. Report: Peta Persaingan E-commerce Q3 2021. Terdapat pada <https://iprice.co.id/trend/insights/report-peta-persaingan-e-commerce-q3-2021/>. Diakses pada 24 November 2021.
- Rahmaniar, Abd. Haris, dan Muh. Agus Martawijaya, "Kemampuan Merumuskan Hipotesa Fisika Pada Peserta Didik Kelas X MIA SMA Barrang Lompo", Jurnal Pendidikan Fisika Universitas Muhammadiyah Makassar, Vol. 3, No. 3, ISSN: 2302-8939, hal. 234. <https://docplayer.info/52361647-Jurnal-pendidikan-fisika-universitas-muhammadiyah-makassar.html>
- Sanny, Bisma Indrawan dan Rina Kaniawati Dewi. 2020. "Pengaruh Net Interest Margin (NIM) Terhadap Return on Asset (ROA) Pada PT Bank Pembangunan Daerah Jawa Barat dan Banten Tbk Periode 2013 – 2017", Jurnal E-Bisnis (Ekonomi-Bisnis) Vol. 4 No. 1 (2020) pp. 78-87. 2020. Hal. 82. <https://jurnal.politeknik-kebumen.ac.id/E-Bis/article/view/239/122>
- Setyowati, Desy. TV Masih Mendominasi, tapi Iklan Online Tumbuh Lebih Cepat. Terdapat pada <https://katadata.co.id/pingitaria/digital/5e9a55974b587/tv-masih-mendominasi-tapi-iklan-online-tumbuh-lebih-cepat> . Diakses pada 07 Oktober 2020.
- Shimp, Terence A. 2003. *Periklanan Promosi: Komunikasi Pemasaran Terpadu (Edisi 5 Jilid 1)*. Jakarta: Erlangga. Hal 357-362
- Situmeang, Ilona Vicenovie Oisina. 2016. Modul Pengantar Periklanan. Jakarta: Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Persada Indonesia YAI. <http://repository.upi-yai.ac.id/123/1/Modul%20Pengantar%20Periklanan.pdf>
- Sociolla. <https://www.sociolla.com/> Diakses pada 23 November 2021.
- Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta. <https://www.scribd.com/document/382696858/Metode-Penelitian-Pendidikan-Sugiyono-2015-BAGIAN-1>  
<https://www.scribd.com/document/373608913/Metode-Penelitian-Pendidikan-Sugiyono-2015-BAGIAN-2>
- Suyono. 2015. *Analisis Regresi Untuk Penelitian*. Sleman: Deepublish. [http://sipeg.unj.ac.id/repository/upload/buku/Analisis\\_Regresi\\_untuk\\_Penelitian.pdf](http://sipeg.unj.ac.id/repository/upload/buku/Analisis_Regresi_untuk_Penelitian.pdf)
- Winata, Ade dan I Ketut Nurcahya. 2017. "Pengaruh Iklan Pada Media Televisi Terhadap Minat Beli (Studi Pada Calon Konsumen Bukalapak.com Di Kota Denpasar)". E-Jurnal Manajemen Unud, Vol. 2, No. 10, 2017: 5660 – 5692, hal. 5662. <https://ojs.unud.ac.id/index.php/Manajemen/article/view/32765/20970>