

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, 2010. *Manajmen Ekuitas Merek*, Jakarta: Spektum Mitra Utama.
- Aaker, David, A. 2012.: *memanfaatkan nilai dari suatu merek*. Jakarta. Mitra Utama. Manajemen Ekuitas Merek
- Abiromo, B. (2014). Pengaruh Tagline Dan Brand Ambassador Terhadap Brand Awareness Produk Kartu Perdana Simpati (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta).
- Arafaina, Y., dan Amri, A. (2018). Pengaruh Iklan Online Zalora Indonesia Terhadap Kesadaran Merek Pada Masyarakat Kota Banda Aceh. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial & Ilmu Politik*, 3(2).
- Ardiansyah, L., Arifin, Z., dan Fanani, D. (2015). Pengaruh Daya Tarik Iklan Terhadap Efektivitas Iklan (Survei Terhadap Iklan Honda Versi Band Nidji “One Heart”). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 1(1), 75-83.
- Bangun, B. T., dan Saputri, M. E. (2016). Pengaruh Advertising Terhadap Brand Awareness Pada Zalora Indonesia. *eProceedings of Management*, 3(2).
- Belanja Bulan Tv (<https://swa.co.id/swa/trends/marketing/9-bulan-belanja-iklan-tv-shopee-capai-rp77696-miliar>), diakses pada 25 desember 2019
- Filbert, Marcel., dan Wulandari, Astri. (2018). Analisa Penerapan E-commerce Pada Ukm Keykey Frozen Food Cimahi Tahun 2018. *eProceedings of Applied Science*, 4(3).
- Ghozali, Imam. 2011 “*Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*” Semarang: Badan Penerbit Univesitas Dipenegoro.
- Hartini, S. (2016). Pengaruh Nilai Informasi Dan Dorongan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Samsung. *Jurnal Akuntansi Dan Bisnis: Jurnal Program Studi Akuntansi*, 2(2).
- Junaedi, Fajar 2013. *Komunikasi Politik: teori, Aplikasi Dan Strstegi di Indonesia*, Yogyakarta: Mata Padi Pressindo
- Kotler Dan Keller. 2012. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga
- Kotler, Philip And Gary Armstrong. 2012. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jilid 1, Jakarta Erlangga.
- Lupiyoadi R dan Ikhsan B. R.2015.*Pratikum Metode Riset Bisnis*. Salemba Empat
- Marhadi, L. S., dan Nursanti, A. (2014). Analisis Pengaruh Kreativitas Iklan, Daya tarik Iklan, dan Kredibilitas Endorser Terhadap Brand Attitude pada Produk Handphone Android di Kota Pekan Baru. *Jurnal Ekonomi*, 22(1).

- Maulana, R. I. (2018). Pengaruh Awareness, Daya Tarik Iklan Terhadap Brand Attitude Indomie Kota Tangsel. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 1(3).
- Pratiwi, W. A., dan Rahanatha, G. B. (2016). Peran Brand Awareness Memediasi Daya Tarik Iklan Terhadap Brand Attitude Indomie Di Kota Denpasar. *E-Jurnal Manajemen*, 5(12).
- Sakti, R. A. (2018). Analisis Celebrity Endorser Dan Brand Awareness Pada Minat Beli Konsumen Jogja Scrummy (Doctoral dissertation, Universitas Mercu Buana Yogyakarta).
- Sanusi, Anwar. 2011. *Metode Penelitian Bisnis*. Penerbit Salemba Empat.
- Sari, N., Saputra, M., dan Husein, J. (2017). Pengaruh electronic word of mouth terhadap keputusan pembelian pada toko online Bukalapak. com. *Jurnal Manajemen Magister Darmajaya*, 3(01), 96-106.
- Shimp, Terence. 2014. *Komunikasi Pemasaran Terpada Dalam Periklanan Dan Promosi Ed 8*. Jakarta Salemba Empat
- Sufa, F., dan Dwiyanto, B. M. (2012). Analisis Pengaruh Daya Tarik Iklan, Kualitas Pesan Iklan, dan Frekuensi Penayangan Iklan Terhadap Efektivitas Iklan Televisi Mie Sedap (Survei Pemirsa Iklan Mie Sedap Pada Mahasiswa Kost di sekitar Undip Tembalang, Semarang) (Doctoral dissertation, Fakultas Ekonomika dan Bisnis).
- Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*, Alfabeta.
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*, Alfabeta. Bandung
- Utami, N. K. D., dan Ekawati, N. W (2019). Pengaruh Daya Tarik Iklan Terhadap Brand Attitude Melalui Brand Awareness Sebagai Variabel Mediasi. *E-Jurnal Manajemen*, 8(10), 5947-5965.
- Widyastuti, D. A., dan Nugroho, M. R. (2019). Efektivitas Tagline# Dijaminori Terhadap Brand Awarness E-Commerce Jd. Id. *Journal of Entrepreneurship, Management and Industry (JEMI)*, 1(4), 211-225.

Referensi lain:

- Admin. (2019, Oktober 19). *Peta Persaingan 50 E-commerce di Indonesia Versi iPrice 2019*. Dipetik Desember 22, 2019, dari makassar digita lvalley: <https://makassardigitalvalley.id/peta-persaingan-50-e-commerce-di-indonesia-versi-iprice-2019/>
- Bella, A. (2017, Oktober 11). *Gencar Kampanye, Shopee Dorong Brand Awareness Demi Visibilitas*. Dipetik Desember 25, 2019, dari marketeers.com: <https://marketeers.com/gencar-kampanye-shopee-dorong-brand-awareness-demi-visibilitas/>

- BPS. (2019, April 25). *Pelatihan Petugas Lapangan Survei Electronic Commerce 2019 Provinsi Lampung*. Dipetik Maret 22, 2020, dari lampung.bps.go.id:
<https://lampung.bps.go.id/news/2019/04/25/66/pelatihan-petugas-lapangan-survei-electronic-commerce-2019provinsi-lampung.html>
- Pratomo, Y. (2019, Mei 16). *APJII: Jumlah Pengguna Internet di Indonesia Tembus 171 Juta Jiwa*. Dipetik Desember 22, 2019, dari Kompas.com:
<https://tekno.kompas.com/read/2019/05/16/03260037/apjii-jumlah-pengguna-internet-di-indonesia-tembus-171-juta-jiwa>
- Riskinaswara, L. (2019, Agustus 14). *Penggunaan Internet di Indonesia*. Dipetik Maret 20, 2020, dari kominfo.go.id.
<https://aptika.kominfo.go.id/2019/08/penggunaan-internet-di-indonesia/>
- Shopee.(2019). *iklan televisi shopee*. Dipetik Desember,23,2019 , dari [Shopee.com: www.Shopee.com](http://Shopee.com)
- Top B. (2019 dan 2018). *top brand Indonesia*. Dipetik Desember, 22 2019, dari Top Brand : https://www.topbrand-award.com/top-brand-index_2018 dan 2019