

## DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D. (1996). *Building Strong Brand*. New York: Free Press.
- Aaker, D. (1997). *Manajemen Ekuitas Merek*. Jakarta: Spektrum.
- Abdurahman, Dan, & Muhidin. (2007). *Analisis Regresi, Korelasi, Dan Jalur Penelitian*. Bandung: CV Pustaka Setia.
- Aditya hadi pratama. “Bagaimana Kiprah Shopee selama setahun didunia marketplace tanah air”. Id.techinasia.com: Startup. <https://id.techinasia.com/perjalanan-shopee-setelah-1-tahun-beroperasi-di-indonesia> (diakses pada 22 Des 2018)
- Arikunto, S. (2002). *Metodologi Penelitian* . Jakarta: PT Rineka Utama.
- Arikunto, S. (2006). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Astuti, S. W., & Cahyadi, I. G. (2007). *Pengaruh Elemen Ekuitas Merek Terhadap Rasa Percaya Diri Pelanggan Di Surabaya Atas Repurchase intention Sepeda Motor Honda*. Surabaya: Universitas Airlangga.
- Belch, G. &, & Belch, M. (2004). *Advertisin and Promotion*. New York: McGraw-Hill, Inc.
- DeLozier. (1994). *Sinergi Komunikasi Pemasaran: Integrasi I klan, Public Relations Dan Promosi*. Jakarta: PT Mizan Pustaka.
- Donnie Pratama. “Tembus 43 juta pengguna, ini pencapaian Shopee selama 2 tahun di Indonesia”. Selular.id: e-commerce. <https://selular.id/2018/05/tembus-43-juta-pengguna-ini-pencapaian-shopee-selama-2-tahun-di-indonesia/> (diakses pada 11 2018)
- Durianto, D. (2004). *Brand Equity Ten*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.

Ghozali, Imam. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23*, Edisi 7, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Irfansyah Alkautsar. 2011. *Pengaruh Periklanan, Promosi Penjualan, Dan Penjualan Perseorangan Terhadap Kepuasan Konsumen Produk Perahu Sekoci PT. Jatitengah Perdana Jakarta*. UNNES: SKRIPSI

Kotler, Philip, K.L.Keller. (2013). *Marketing Management*. England: Pearson Education.

Kottler, P. (2002). *Manajemen Pemasaran Edisi Milenium Jilid 2*. Jakarta: PT Prenhallindo.

Kriyantono, R. (2006). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana Rakhmat.

Kuang Chi, H. e. (2009). *The Impact of Brand Awareness on Consumer Purchase Intention: The Mediating Effect of Perceived Quality and Brand Royalty*. *Journal Of International Management*.

Khoiron. *Indotelko.com*. Retrieved from Shopee makin populer di Indonesia: <https://www.indotelko.com/read/1521950683/shopee-makin-indonesia> (diakses pada 25 2018)

Saviq Bachdar. "Mengapa Shopee jadi e-commerce yang paling sering diakses". *Marketeers: Retail & Property*. <http://marketeers.com/mengapa-shopee-jadi-e-commerce-yang-paling-sering-diakses/> (diakses pada 25 Maret 2018)

Sevilla, Consuelo G. *et. al* (2007). *Research Methods*. Rex Printing Company. Quezon City.

Shimp, Terence A. (2003). *Periklanan Promosi Aspek Tambahan Komunikasi Terpadu*. Edisi 5, Jakarta: Erlangga.

Sugiyono. (2016) *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Susetyarsi,Th. (2012). *Kemasan Produk Ditinjau Dari Bahan Kemasan, Bentuk Kemasan Dan Pelabelan Pada Kemasan Pengaruhnya Terhadap Repurchase intention Pada Produk Minuman Mizone Di Kota Semarang*.Vol 4 No.3. Jurnal STIE Semarang. Hal 19-28. ISSN :2252-7826.

Walukow, Agnes Ligia Pratisistia dkk. (2014). *Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi dan Lokasi terhadap Repurchase intention Konsumen di Bentenan sonder Minahasa* vol 2. Jurnal EMBA. Hal: 1737-1749.

Widadgo, Herry. (2011). *Analisis Pengaruh Kualitas Layanan dan Promosi Terhadap Keputusan Konsumen Membeli Komputer Pada PT. XYZ Palembang* vol.1. Jurnal Ilmiah STIE MDP.Hal : 1-10

