

## DAFTAR PUSTAKA

- Agustina, a. (2019). pengaruh terpaan iklan shopee di televisi terhadap minatbertransaksi secara online.
- Arfah, Yeni. 2022. Monograf Keputusan Pembelian Produk. Tebing Tinggi: PT Inovasi Pratama Internasional.
- Belch , George; Belch, M. (2017). *Advertising and. In Director (Issue October)*.
- Belch, George E., Belch, Michal, A. (2009). *Advertising and Promotion: An Integrated Marketing Communication Perspective, 8 th Edition. New York: Pearson Education.*
- Dinda Rahmansa (2019). Terpaan Iklan Televisi dan intensitas word mouth terhadap keputusan pembelian di shopee.
- Ghozali. (2018). Aplikasi Analisis Multivariate dengan program IBM SPSS Universitas di ponegoro: Semarang.
- Kotler, Keller. (2016). *Marketing Manajemen. Jakarta: PT. Penerbit Erlangga*
- Kotler, Philip and Gary Amstrong. (2016). *Prinsip-prinsipPemasaran. Edisi13. Jilid 1. Jakarta:Erlangga.*
- Muhammad Rionaldy (2019). Pengaruh iklan media Televisi dan media sosial Terhadap Keputusan Peembelian (Studi pada buka Lapak) .
- Nugroho J. Setiadi, 1960- (penulis). (2019.). Perilaku konsumen : perspektif kontemporer pada motif, tujuan, dan keinginan konsumen / Dr. Nugroho J. Setiadi, S.E., M.M.. Jakarta ;; 2003: Prenadamedia Group,.
- Pam Selawati (2021). Pengaruh Iklan Lazada Lee Min Hoo Sebagai Brand Ambassador Terhadap Minat Belanja Konsumen.
- Randy Farid Rahmawan (2019) Pengaruh Iklan Internet dan *Electronic word Of Mouth (EWOM)* Terhadap Minat Beli Situs Online Shopee Pada Hahasiswa di Feb Manajemen Universitas.
- Resi Apriani (2021). Pengaruh Iklan dan Citra Merk Terhadap Kepuasan ,Pembelian Konsumen di Shopee.co.id Kota Pekan Baru.
- Satyagraha (2022). Pengaruh Iklan Televisi dan online customer review Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee di Bali.

- Sari, Henni Aprilia. Pengaruh Iklan Media Sosial Instagram Terhadap Respon Konsumen Di Bandar Lampung. 2018, Universitas Lampung.
- Sugiyono (penulis). (2011; 2018; 2020). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan kombinasi (mixed methods)* / penulis, Prof. Dr. Sugiyono. Bandung ;; Bandung ;; Bandung :: Alfabeta,; Alfabeta,; Alfabeta,.
- Sylvie Nurfebiaraning (penulis). (2017; 2017). Manajemen periklanan / Sylvie Nurfebiaraning, S.Sos., M.Si.. Yogyakarta :: Deepublish,.
- Wasito.,SE.,MSIE (2019). Pengaruh Keragaman Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada E-commerce Lazada.co. (Survei pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pasundan).
- Wiliam Winata 2015) Pengaruh Iklan pada Media Televisi terhadap Minat Beli Es Krim Magnum di Kota Bandung (Studi pada Iklan Magnum Classic 2015).
- winarno, p. s. (2021). pengaruh iklan lazada lee min ho sebagai brand ambassador Terhadap Minat Belanja Konsumen.
- winata, a. (2017). pengaruh iklan pada media televisi terhadap minat beli (studi pada calon konsumen bukalapak.com di kota Denpasar).

### **Internet**

- ahdiat, a. (2022). pengunjung market place di Indonesia.
- <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/12/01/ini-jenis-media-yang-paling-banyak-menyedot-perhatian-konsumen>
- <https://theotherofmyself.wordpress.com/tag/perkembangan-televisi-di-indonesia>