

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrahim, M.S., M. Najib., dan S. Djohar. 2018. Development Of AISAS Model To See The Effect Of Tourism Destination In Social Media. *Journal of Applied Management (JAM)* 17(1): 133-143.
- Amaly, L., dan Hudrasyah, H. 2012. Measuring Effectiveness Of Marketing Communication Using AISAS ARCAS Model. *Journal of Business and Management* 1(5): 352-364.
- Arikunto, S. 2010. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Edisi ke-6. Rineka Cipta. Jakarta.
- Databoks. 2018. *Berapa Jumlah Pengguna Internet di Indonesia?*. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2018/02/20/berapa-jumlah-pengguna-internet-di-indonesia>. 19 oktober 2019 (16:12).
- Ghozali, I. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Edisi ke-5. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- \_\_\_\_\_. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23*. Edisi ke-8. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- Indahingwati, A., A. Launtu., H. Tamsah., A. Firman., A. Halim., P.K. Putra., dan A. Aswari. 2019. How Digital Technology Driven Millennial Consumer Behaviour in Indonesia. *Journal of Distribution Science* .17(8): 25-34.
- Indrajit, R.E. 2016. *Electronic Business*. Edisi ke-2. Preinexus. Yogyakarta.
- Indriantoro, N., dan Supomo. 2014. *Metodologi Penelitian Bisnis Untuk Akuntansi & Manajemen*. Edisi ke-1. BPFE. Yogyakarta.
- Isiana, D.A. 2018. Pengaruh Promosi Online Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Dengan Model AISAS Pada Maraca Books and Coffee. *Skripsi*. Institut Pertanian Bogor. Bogor.
- Jones, A., M. Anna., dan B. Justin. 2011. *Internet Marketing: a highly practical guide to every aspect of internet marketing*. The Created Commons BY-NC 3.0. GetSmarter.
- Khraim, H.S. 2015. The Impact of Search Engine Optimization on Online Advertisement: The Case of Companies using E-Marketing in Jordan. *American Journal of Business and Management*. 4(2): 76-84.
- Kotler, P., dan Armstrong, G. 2008. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jilid 1. Edisi ke-12. Erlangga. Jakarta.
- \_\_\_\_\_. dan Keller, K.L. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1. Edisi ke-13. Erlangga. Jakarta.
- \_\_\_\_\_. H. Kartajaya., dan H.D. Huan. 2017. *Marketing for Competitiveness*. Bentang. Yogyakarta.
- Mubarok, I. 2018. *Apa itu SEO? Pengertian, Konsep Dasar, dan Manfaatnya*. <https://www.niagahoster.co.id/blog/apa-itu-seo/> . 1 november 2019 (14:17).
- Nugroho, A.S. 2016. *E-Commerce ; Teori dan Implementasi*. Ekuilibria. Yogyakarta.
- Prasetyo, H., dan Rachmawati, I. 2016. Analisis AISAS ( Attention, Interest, Search, Action, Share) Pada Pengguna Asus Zenfone Di Indonesia. *e-Proceeding of Management* 3(3): 2765-2780.

- Prasetyo, B.D., N.S. Febriani., W.W.W. Dewi., D. Tamitiadini., N.A. Destrity., D.A.A. Aviana., dan A.K. Illahi. 2018. *Komunikasi Pemasaran Terpadu*. UB Press. Malang.
- Pratama, P.A.E. 2015. *E-Commerce, E-Business, dan Mobile Commerce berbasis open source*. Informatika Bandung. Bandung.
- Rini, M., dan Harahab, N. 2018. The Influence Of Endorser In Social Media Toward Consumer Decision Making With AISAS Model (Attention, Interest, Search, Action, and Share). *Journal of Economic and Social of Fisheries and Marine* 06(01): 106-118.
- Sarwono, J. 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Edisi ke-2. Sulung Media. Yogyakarta.
- Soepratikno, J.H. 2014. Pengaruh Keywords ads Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Metode AISAS (Studi Kasus : Lazada Indonesia). *Universitas Telkom* 1-7.
- Sugiyama, K., dan Andree, T. 2011. *The Dentsu Way*. Mc Graw-Hill. New York.
- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta. Bandung.
- \_\_\_\_\_. 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Afabeta. Bandung.
- \_\_\_\_\_. 2012. *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*. Alfabeta. Bandung.
- \_\_\_\_\_. 2014. *Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta. Bandung.
- Strauss, J. dan Frost, R. 2012. *E-Marketing*. Pearson. London.
- Suryani, T. 2013. *Perilaku Konsumen di Era Internet*. Edisi ke-1. Graha Ilmu. Yogyakarta.
- Sunyoto, D. 2013. *Teori, Kuesioner & Analisis Data Untuk Pemasaran Dan Perilaku Konsumen*. Edisi ke-1. Graha Ilmu. Yogyakarta.
- Wicaksono, A., I. Rachmawati., dan F.S.A. Prabowo. 2014. Analisis AISAS (Attention, Interest, Search, Action, Share) Pada Penonton Iklan Line Versi Mini Drama Ada Apa Dengan Cinta (AADC) 2014 Pada Youtube Di Indonesia. *e-Proceeding of Management* 2(3): 2488-2495.
- Widowati, H. 2019. *Indonesia Jadi Negara dengan Pertumbuhan E-Commerce Tercepat di Dunia*. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/04/25/indonesia-jadi-negara-dengan-pertumbuhan-e-commerce-tercepat-di-dunia>. 19 oktober 2019 (16:14).