

DAFTAR PUSTAKA

SUMBER BUKU, JURNAL, SKRIPSI

- Alma, B. (2007). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa* (Revisi). Bandung: Alfabeta.
- Ansari, S., & Hamdard, J. (2011). The Affect Of Sales Promotion On Consumer Interest To Purchase In IKCO Automotive Company. *Scientific Papers*. Retrieved from <http://www.scientificpapers.org/>
- Ardi, M. F. (2017). *Pengaruh Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan TCASH Sebagai E-Money* (Telkom). Retrieved from openlibrary.telkomuniversity.ac.id
- Arikunto, S. (2002). *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Belch, B. and. (2009). *Advertising and Promotion : An Integrated Marketing Communication Perspective*. New York: McGraw-Hill.
- Belch, E. G., & Belch, A. M. (2012). *Advertising and Promotion An Integrated Marketing Communications Perspective Global Edition*. Singapore: McGraw Hill Company.
- Darmawan, D. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif* (Cetakan Ke). Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Dr. Vyas, P. H. (2008). Sales Promotion practice in apparel retail sector and challenges. *Journal Indian Institute Of Management Ahmedabad*. Retrieved from www.iimahd.ernet.in
- Effendy, O. U. (2003). *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*. Indonesia: Citra Aditya Bakti.
- Fill, C. (2009). *Marketing Communications Fifth Edition* (Interactiv). Edinburg Gate: Prentice Hall.
- Irfani, A. (2018). *Pengaruh Iklan TV Tokopedia Versi "Kejar Jodoh Dimulai Dari Tokopedia" Terhadap Respon Khalayak* (Telkom). Retrieved from <https://openlibrary.telkomuniversity.ac.id/> %0D%0A
- Julian, C. (2010). *Promosi Penjualan*. Tangerang: Binarupa Aksara.
- Kotler, P. (2003). *Membangun Minat Beli*. Indeks.

- Kotler, P., & Armstrong. (2001). *Prinsip-Prinsip Pemasaran* (kedelapan). Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller. (2010). *Manajemen Pemasaran, Jilid 1 Edisi Ketigabelas*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2014). *Marketing Management* (15th ed.). Prentice Hall: Saddle River.
- Mulyatiningsih, E. (2012). *Metode Penelitian Terapan Bidang Pendidikan*. Bandung: Alfabeta.
- Natakusumah, F. A. (2015). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian. *Manajemen Teori Dan Terapan*, 57.
- Odunlami, I. B., & Ogunsiyi, A. (2011). Effect of Sales Promotion as a Tool on Organizational Performance (A case Study of Sunshine Plastic Company). *Scholar Link Research*. Retrieved from <http://jetems.scholarlinkresearch.org/>
- Prasetyo, B., & Rismawati, Y. (2018). *Pengaruh Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pt Harjagunatama Lestari (Toserba Borma) Cabang Dakota*. Retrieved from <https://media.neliti.com/>
- Priansa, D. . (2017). *Komunikasi Pemasaran Terpadu : Pada Era Media Sosial*. Bandung: Pustaka Setia.
- Priyatno, D. (2012). *Cara Kilat Belajar Analisis Data dengan SPSS 20*. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Priyatno, D. (2014). *SPSS 22 Pengolahan Data Terpraktis*. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Putri, R. S., & Safri, I. (2015). Pengaruh Promosi Penjualan Dalam Meningkatkan Penjualan Mobil Mitsubishi Pada PT Pekan Perkasa Berlian Motor Pekanbaru. *Jurnal Uir*. Retrieved from <https://jurnal.uir.ac.id/>
- Rakhma, T., & Setiowati, E. (2013). Respon Khalayak Terhadap Perubahan Format Acara Program “Suara Anda” Di Metro TV. *Jurnal Binus University*, 1(1). Retrieved from <http://thesis.binus.ac.id>
- Rakhmat, C. A. (2011). *Pengaruh Promosi Penjualan Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi pada Starbucks Coffee)* (Indonesia). Retrieved from <http://lib.ui.ac.id/>

- Rakhmat, J. (2008). *Psikologi Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Reistian, D. (2019). *Pengaruh Electronic Word Of Mouth Terhadap Respon Khalayak (Studi Kasus Pada Meme Film Dilan 1990)* (Telkom). Retrieved from <https://openlibrary.telkomuniversity.ac.id/>
- Rianti, S. (2016). Pengaruh Celebrity Endorser Di Instagram Terhadap Respon Konsumen. *Jurnal Telkom University*. Retrieved from <https://openlibrary.telkomuniversity.ac.id/>
- Sanusi, A. (2011). *Metode Penelitian Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2008). *PERILAKU KONSUMEN* (Ketujuh). Indonesia: PT INDEKS.
- Sekaran, U. (2007). *Metodologi Penelitian untuk Bisnis* (Edisi 4 Bu). Jakarta: Salemba Empat.
- Shimp, T. (2014). *Komunikasi Pemasaran Terpadu dalam Periklanan dan Promosi*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2012). *Memahami Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Suharsaputra, U. (2012). *Metode Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif dan Tindakan*. Bandung: Refika Aditama.
- Sujarweni, W. (2015). *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi*. Yogyakarta: Pustaka Baru.
- Sulaksana, U. (2007). *Integrated Marketing Communications Teks dan Kasus*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Tjiptono, F. (2011). *Strategi Pemasaran* (3rd ed.). Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Weng, J. T., & Run, E. C. de. (2013). Consumers personal values and sales promotion preferences effect on behavioural intention and purchase satisfaction for consumer product. *Jurnal Emerald Insight*. Retrieved from

<http://www.emeraldinsight.com/>

Wibowo, L. A., & Priansa, D. J. (2017). *Manajemen Komunikasi dan Pemasaran*. Bandung: Alfabeta.

Wirawan. (2008). *Budaya dan Iklim Organisasi*. Jakarta: Salemba Empat.

SUMBER WEBSITE

Ananta, Y. (2019). No Title. Retrieved April 18, 2019, from <https://www.cnbcindonesia.com/tech/20190211120742-37-54771/linkaja-siasat-bumn-menantang-dominasi-gopay-ovo>

Didukung BUMN LinkAja Berpeluang kalahkan Gopay dan OVO. (n.d.).

Retrieved April 18, 2019, from

<https://katadata.co.id/berita/2019/03/05/didukung-bumn-linkaja-berpeluang-kalahkan-go-pay-dan-ovo>

Franedy, R., & Farras, B. (2019). No Title. Retrieved April 18, 2019, from <https://www.cnbcindonesia.com/tech/20190204120529-37-53761/bumn-bikin-linkaja-telkomsel-jadi-pemegang-saham-pengendali>

<https://jakarta.bps.go.id/dynamictable/2018/01/31/17/tabel-proyeksi-penduduk-dki-jakarta-laki-laki-dan-perempuan-menurut-kelompok-umur-2018.html> (diakses pada 28 Mei 2019 pukul 09.33 WIB)

<https://makassar.terkini.id/linkaja-senjata-uang-elektronik-bumn-lawan-go-pay-dan-ovo/> (diakses pada 28 Mei 2019 pukul 09.40 WIB)

<https://selular.id/2017/12/pembayaran-digital-dominasi-fintech-indonesia-2017/> (diakses pada 15 Maret 2019 pukul 10.02)

<https://inet.detik.com/business/d-4438856/tcash-berubah-jadi-linkaja> (Diakses pada 15 Maret 2019)

<https://www.inews.id/finance/bisnis/riset-diskon-dan-cashback-jadi-senjata-ampuh-tarik-minat-pelanggan> (Diakses pada 15 Maret 2019 10.00)

<http://administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id/index.php/jab/article/download/2333/2727> (Diakses pada 26 Juni 2019)