

## DAFTAR PUSTAKA

- Advertising Indonesia. (2017, Oktober, 3). Menurunnya periklanan melalui media konvensional. Retrieved from: <http://advertising-indonesia.id/2017/10/03/alarm-bahaya-terhadap-media-konvensional-semakin-kuat-berubah-atau-bubar/2/>
- Advertising Indonesia (2017, September, 27). Industri Periklanan Di Indonesia. Retrieved from: <http://advertising-indonesia.id/2017/09/27/potret-sederhana-industri-periklanan-indonesia-saat-ini/>
- Advertising. (2017, Oktober, 3). Menurunnya periklanan melalui media konvensional. Retrieved from: <http://advertising-indonesia.id/2017/10/03/alarm-bahaya-terhadap-media-konvensional-semakin-kuat-berubah-atau-bubar/2/>
- Aldina, F. (2017, November, 29). Perkembangan Media Luar Ruang di Era Digital. Retrieved from: <https://www.kompasiana.com/kangferry/5a1ecdcdcf6810a65675e92/mengenal-bisnis-media-luar-ruang-di-era-digital>
- APJII (2017). Jumlah pengguna internet yang mengakses di mana saja dan meningkatnya jumlah pengguna *smartphone* di Indonesia. Retrieved from: <https://apji.or.id/survei2017>.
- Armstrong, Gary & Philip Kotler (2002). *Principles of Marketing*. Prentice Hall, 9th Edition.
- Bank Indonesia. Meningkatnya pertumbuhan perekonomian di Indonesia. Retrieved from: [http://www.bi.go.id/id/publikasi/laporan-tahunan/perekonomian/Documents/4\\_LPI2016-Bagian-II.pdf](http://www.bi.go.id/id/publikasi/laporan-tahunan/perekonomian/Documents/4_LPI2016-Bagian-II.pdf)
- Bohang, F. K. (2017, Agustus, 25). Meningkatnya pembelian *smartphone* OS Android di Indonesia. Retrieved from: <http://tekno.kompas.com/read/2017/08/25/18154457/ini-5-vendor-smartphone-dengan-penjualan-tertinggi>
- Chandra, A. A. (2017, Pebruari, 6). Meningkatnya pendapatan perkapita di Indonesia. Retrieved from: <https://finance.detik.com/berita-ekonomi-bisnis/3414745/pendapatan-per-kapita-ri-naik-jadi-rp-4796-jutatahun>
- David R. Fred, & David R. Forest (2015). *Strategic Management Concepts*. New Jersey: Pearson Education
- Dian, R. (2014, April 5). Menurunnya periklanan melalui media konvensional. Retrieved from: [https://www.kompasiana.com/rosalitadian.com/pertarungan-antara-media-konvensional-dan-digital-siapa-pemenangnya\\_54f7b346a33311747a8b4b17](https://www.kompasiana.com/rosalitadian.com/pertarungan-antara-media-konvensional-dan-digital-siapa-pemenangnya_54f7b346a33311747a8b4b17)
- Faiz, M. (2015, Juni, 24). Perkembangan Media Cetak di Era Perkembangan Teknologi Komunikasi. Retrieved from: [https://www.kompasiana.com/moh.faiz/peran-perkembangan-media-cetak-di-era-perkembangan-teknologi-komunikasi\\_5528c2086ea834512f8b45ce](https://www.kompasiana.com/moh.faiz/peran-perkembangan-media-cetak-di-era-perkembangan-teknologi-komunikasi_5528c2086ea834512f8b45ce)
- Isparmo. Populasi masyarakat di Indonesia yang menggunakan internet. Retrieved from: <http://isparmo.web.id/2016/11/21/data-statistik-pengguna-internet-indonesia-2016/>
- Kementerian Keuangan Republik Indonesia. (2018, April, 4). Tingkat Inflasi di Indonesia pada tahun 2019 – 2021. Retrieved from: <https://www.kemenkeu.go.id/publikasi/berita/inflasi-maret-tetap-terkendali/>
- Kepios. Populasi masyarakat di Indonesia yang menggunakan internet. Retrieved from:

<https://kepios.com/blog/apac2017>

Kountur, Ronny. D. P. (2009). *Metode Penelitian Untuk Penulisan Skripsi dan Tesis*. Jakarta: Penerbit PPM

Kotler, Philip. (2006). *Manajemen Pemasaran*. Edisi 11. Jakarta: PT Indeks

Kotler, Philip & Armstrong, Gary (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Edisi 12. Jakarta: Airlangga

Kotler, P., & Keller, K. L (2012). *Marketing Manajemen*. Upper Sadle River. N.J: Person Prentice Hall

Lestari, E. M. Perubahan perilaku masyarakat yang menjadi konsumtif karena dipengaruhi oleh iklan *online*. Retrieved from: [https://www.kompasiana.com/elamay/pengaruh-iklan-di-jejaring-sosial-terhadap-pembentukan-perilaku-konsumtif-mahasiswa\\_55b117ead49273ea184ca4a9](https://www.kompasiana.com/elamay/pengaruh-iklan-di-jejaring-sosial-terhadap-pembentukan-perilaku-konsumtif-mahasiswa_55b117ead49273ea184ca4a9)

Marketeers. (2015, Desember, 3). Konferensi Pers PT Alternative Media Group. Retrieved from: <http://marketeers.com/sembilan-tahun-berkarya-amg-perkuat-sinergi/>

Marketeers. (2016, April, 11). Meningkatnya *budget* periklanan saluran digital di Indonesia. Retrieved from: <http://marketeers.com/tahun-2016-akan-jadi-tahunnya-iklan-digital/>

Mastel. (2018, Agustus, 14). Sistem Operasi yang paling banyak digunakan di Indonesia. Retrieved from: <http://mastel.id/release-hasil-survey-mastel-apjii-2016/>

Ramadhan, B. (2018, Pebruari, 6). Indonesia menduduki urutan nomer 3 di dunia dengan pengguna Instagram terbanyak. Retrieved from: <https://www.goodnewsfromindonesia.id/2018/02/06/inilah-perkembangan-digital-indonesia-tahun-2018>

Rachman, F. F. (2017, Mei, 5). Perubahan perilaku konsumen beralih ke belanja *online*. Retrieved from: <https://finance.detik.com/berita-ekonomi-bisnis/3493664/marak-e-commerce-konsumen-mulai-beralih-ke-belanja-online>

Republika. (2016, April, 19). Pergeseran budaya ke era digital. Retrieved from: <https://www.republika.co.id/berita/koran/opini-koran/16/04/19/o5va0622-budaya-digital-indonesia>

Retnasari, Y. (2016, Agustus, 4). Periklanan melalui media periklanan luar ruang masih efektif. Retrieved from: <https://tirto.id/iklan-luar-ruang-masih-lebih-efektif-untuk-promosi-bxq2>

Sekaran, U & Bougie, R. (2013). *Research Methods For Business: A Skill Building Approach 6<sup>th</sup> Edition*. United Kindom: John Wiley & Sons Ltd

Shum, S dan Liu, C. (2017, November). Total pengeluaran media periklanan di Indonesia. Retrieved from: <https://iab.sg/wp-content/uploads/2017/04/AdSpend-Report.pdf>

Tim Pengajar PPM (2015). *Minat Indonesia: Metode Efektif Pemecahan Masalah dan Pengambilan Keputusan*. Jakarta: PPM Manajemen.

Toko Preneur. (2012, April, 24). Menurunnya periklanan melalui media konvensional. Retrieved from: <http://teknopreneur.com/2012/04/24/appsvertising-kematian-media-iklan-konvensional/>

Undang-undang Republik Indonesia No 11 Tahun 2008, Tentang Penyelenggaraan Sistem dan Kementerian Keuangan. (2008, April, 21). Retrieved from: [Transaksi Elektronik. http://www.jdih.kemenkeu.go.id/fullText/2008/11TAHUN2008UU.HTM](http://www.jdih.kemenkeu.go.id/fullText/2008/11TAHUN2008UU.HTM)

Winosa, Y, Agustiyanti, Fikry, M. R, Ekafitrianus, T, Gunarto. H. Meningkatnya pertumbuhan

perekonomian di Indonesia. (2016, Oktober, 2016).  
<http://www.beritasatu.com/ekonomi/391592-2017-ekonomi-lebih-menjanjikan.html>.  
W&S Market Research. (2016, April, 8). Masyarakat yang mengetahui dan menggunakan

aplikasi *reward*. Retrieved from: <https://www.slideshare.net/WS-Thailand-Market-Research/tracking-survey-smartphone-applications>.

Yusuf, Dr. Eva Zhoriva & Williams, Dr. Lesley (2007). *Manajemen Pemasaran Studi Kasus*

*Indonesia*. Jakarta: Penerbit PPM

Zuhra, W. U. N. Perusahaan membutuhkan waktu yang lebih lama untuk mengembalikan modal awal yang telah dikeluarkan. Retrieved from: <https://tirto.id/berapa-lama-start-up-harus-membakar-uang-byEo>