

DAFTAR PUSTAKA

- Agustrijanto. (2006). *Copywriting, Seni Mengasah Kreatifitas dan Memahami Bahasa Iklan*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya Offset.
- Ananda, Maya. (1978). *Seluk Beluk Reklame dalam Dunia Perdagangan*. Jakarta: Mutiara.
- Arikunto S, (2006). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, Ed Revisi VI, Penerbit PT Rineka Cipta, Jakarta.
- A, Shimp, Terence (2003). *Periklanan Promosi & Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran. Terpadu, Jilid I (edisi 5)*, Jakarta: Erlangga.
- Brunn, Jensen & Skovgaard. (2002). *E-Marketplaces: Crafting A Winning Strategy*. *European Management Journal*, 20 (3)., hlm. 286-298.
- Buchari Alma. (2006). *Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Choiri, Eril. O. (2018). *Kelebihan dan Kekurangan Bisnis Online di Marketplace yang Perlu Diketahui*. [Daring]. Diakses dari <https://www.jurnal.id/id/blog/2018-kelebihan-dan-kekurangan-berbisnis-online-di-marketplace-yang-perlu-diketahui/>
- Cholid, Narbuko & Abu Achmadi. (2009). *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Fenalasa, Aldo. (2018). *Kilas Balik E-commerce Platform di Indonesia Tahun 2018*. [Daring]. Diakses dari <https://iprice.co.id/trend/insights/kilas-balik-e-commerce-di-indonesia-tahun-2018/>
- Jefkins, Frank. (1996). *Public Relations*, Edisi Keempat, Erlangga, Jakarta.
- Enterprise, Jubilee. (2012). *Jurus Sakti Copywriting di Twitter, Facebook dan Blog*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Hasan, Iqbal. (2002). *Pokok-Pokok Materi Metodologi Penelitian dan Aplikasinya*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Hendratman, Hendi. (2008). *Tips & Trik Graphic Desain*. Bandung: Informatika.
- Kasali, Rhenald 1995. *Manajemen Periklanan Konsep dan Aplikasinya*. Jakarta, PT Pustaka Utama Grafiti.

- Kotler dan Armstrong. (2005). *Prinsip-prinsip Pemasaran Jilid I*. Jakarta: Erlangga
- Moriarty, S., & dkk. 2009. *Advertising*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Nazir, M. (2005). *Metode Penelitian*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Pahlevi. (2017). *Pengertian Marketplace dan Jenis-jenis Marketplace*. [Daring].
Diakses dari <https://www.pahlevi.net/pengertian-marketplace/>
- Pemerintah Republik Indonesia. (1996). *Undang-Undang Republik Indonesia No. 7 Tahun 1996 Tentang Pangan*. Jakarta: Sekretariat Negara.
- _____. (2012). *Undang-Undang Republik Indonesia No. 18 Tahun 2012 Tentang Pangan*. Jakarta: Sekretariat Negara.
- Pujiriyanto, (2005), *Desain Grafis Komputer (Teori Desain Grafis Komputer)*. Yogyakarta: ANDI
- Saladin, Djaslim & Yevis Marty Oesman. (2002). *Intisari Pemasaran dan Unsur-unsur Pemasaran*. Bandung: Linda Karya.
- Saladin, Djaslim. (2004). *Manajemen Pemasaran, Analisis Kepercayaan Pelaksanaan, Unsur-unsur Pemasaran*. Bandung: CV. Linda Karya.
- Santosa, Sigit. (2002). *Advertising Guide Book*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka.
- Sudiana, Dendi. 1986. *Komunikasi Periklanan Cetak*. Bandung : CV. Remaja Karya.
- Supardi. (2010). *Ide Bisnis Bagi Remaja*. Yogyakarta: Ar-Ruzz Media Group.
- Sugiyono (2008). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Tarmawan, I. (2011). Konstruksi Sosial Dan Kesalahpahaman Konstruksi Dalam Iklan Fren Sobot Versi "Nelpon Pake Fren Bayarnya Pake Daun". 3 (2), 2301-5144
- Tjiptono, Fandy. (2008). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Penerbit ANDI.
- Tokopedia. (2015). *Sejarah Tokopedia*. [Daring]. Diakses dari Tokopedia.com.
- Widyatama, Rendra. (2005). *Pengantar Periklanan*. Jakarta: Buana Pustaka Indonesia.