

DAFTAR PUSTAKA

Buku :

- A. Shimp, Terence. (2014). *Komunikasi Pemasaran Terpadu dalam periklanan dan Promosi*. Jakarta : Salemba Empat.
- Ahmad , T. (2011). *Metode Penelitian Praktis*. Yogyakarta: Teras.
- Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2016). *Digital Marketing: Strategy, Implementation and practice* (6th ed.). New York : Pearson Education.
- Firmansyah, M. Anang. (2018). *Komunikasi Pemasaran*. Pasuruan : CV. Penerbit Qiara Media
- Joseph, T. (2011). *Apps Spirit of Digital Marketing 3.0* . Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Muljono, Ryan Kristo. (2009). *Digital Marketing Concept*. Jakarta : Gramedia Pustaka Utama.
- Nasrullah , R. (2015). *Media Sosial Perspektif Komunikasi Budaya dan Sosioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rektama Media.
- Nurdin, Ismail & Sri Hartati. (2019). *Metodelogi Penelitian Sosial*. Surabaya : Penelitian Terpadu, Edisi ke-5. Jakarta : Erlangga.
- Priansa, D. J. (2017). *Komunikasi Pemasaran Terpadu* . Bandung : Pustaka Setia
- Strauss, Judy dan Frost, Raymond. (2012). *E-Marketing edisi internasional ke 6*. London: Pearson
- Sugiyono . (2017). *Metode Penelitian Kualitatif* . Bandung : Alfabeta.

Jurnal :

- Ampangallo, F & Ellyawati, J. (2017). Pengaruh Atmosfer, Desain Layout, Gairah Emosional Dan Sikap Konsumen Toko Online Terhadap Minat Beli. *Jurnal Ekonomi. Universitas Atma Jaya Yogyakarta*.
- Appel, Gil. (2020). The Future Of Social Media In Marketing. *Journal of the Academy of Marketing Science* Vol 48, pages 79–95
- Brogi, Stefano. (2014). Online Brand Communities: A Literature Review. *Procedia - Social and Behavioral Sciences* Vol 109. 385-389
- Fauziah. (2020). Strategi Komunikasi Bisnis Online Shop “Shoppe” Dalam Meningkatkan Penjualan. *JURNAL ABIWAR : 1 (2)*
- Heini , T., & Heikki, K. (2014). The usage of digital marketing channels in SMEs. *Journal of Small Bussines and Enterprise Development*, 635-636.
- Hidayat, Nila Krisnawati & Rudy Tobing. (2012). Enhancing Netizen As A Digital Marketing Activity Toward Strategic Branding: A Case Study of “XYZ” Brand. *Journal Binus* Vol 13 (1)
- Jarvinen, Joel. (2012). Digital And Social Media Marketing Usage In B2b Industrial Section. *The Marketing Management Journal* Volume 22, 102-117.
- Jasfar, F. (2014). Pengaruh Rancangan Situs, Harga, Kepercayaan dan Keamanan Terhadap Pembelian Produk Fashion Melalui Online Shopping. *Jurnal Manajemen Dan Pemasaran Jasa*, 31-62.
- Johar, Diah Syafita. (2015). Pengaruh Aida (Attention, Interest, Desire, Action) Terhadap Efektifitas Iklan Online (Survei Pada Pembeli Di Toko Online Adorable Project). *Jurnal Administrasi Bisnis* Vol 26 (1)
- Khraim, Hamza Salim. (2015). The Impact of Search Engine Optimization on Online Advertisement: The Case of Companies using E-Marketing in

Jordan. *American Journal of Industrial and Business Management*
Vol. 4 (No. 2):76-84

Kotler, Keller. 2012. *Marketing Management*. 14th, Person Education.

Platon, Otilia-Elena. 2014. An Analysis of the Social Media Presence of the Brands. Institute for World Economy of the Romanian Academy, vol. 2(1), 192-201,

Schmitt, B. (2011). Concept, Frameworks and Consumer Insight. Foundations and Trend in Marketing. *Experience Marketing* , Vol 5, No.2 (2010) 55-1122011.

Suswanto, P. (2020). Strategi Komunikasi Pemasaran Shopee Dalam Membangun Positioning Di Tengah Pandemi Covid-19 Di Indonesia . *LINIMASA : JURNAL ILMU KOMUNIKASI* , 2614-0381, 2614-0373, 21.

Triandini, and Atmojo. 2014. “Pengembangan Model E-Commerce Untuk Peningkatan Kinerja UKM Kota Denpasar.” *Eksplora Informatika* 3.

Zenetti, German. (2014). Search Engine Advertising Effectiveness in a Multimedia Campaign. *International Journal of Electronic Commerce* 18(3):7-38

Internet :

Avika. (2021, Februari Rabu). *Jumlah Pengguna E-Commerce Indonesia di Tahun 2020 Meningkat Pesat* . Retrieved from Sirclo.com:
<https://www.sirclo.com/blog/jumlah-pengguna-e-commerce-indonesia-ditahun-2020-meningkat-pesat/>

Ekarina. (2021, Desember Minggu). *Pandemi Ubah Perilaku Belanja : NonPangan E-Commerce Naik, Mal Anjlok*. Retrieved from Katadata:
<https://katadata.co.id/ekarina/berita/5f7efbf709045/pandemi-ubahperilaku-belanja-non-pangan-e-commerce-naik-mal-anjlok>

Karyati, I. P. (2019, November Rabu). *E-Commerce untuk UMKM Dan Pertumbuhan Ekonomi Indonesia*. Retrieved from Kemenkeu.go.id:

<https://bppk.kemenkeu.go.id/content/berita/pusdiklat-keuangan-umumecommerce-untuk-umkm-dan-pertumbuhan-ekonomi-indonesia-2019-1105-ebe6e220/>

Rizky. (2021, Desember Kamis). *Indonesia Akan Jadi Pemain Ekonomi Digital Terbesar di Asia Tenggara* . Retrieved from Berita Kominfo: https://kominfo.go.id/index.php/content/detail/6441/Indonesia+Akan+Jadi+Pemain+Ekonomi+Digital+Terbesar+di+Asia+Tenggara/0/berita_satker