

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, T. (2018). *Manajemen Pemasaran* (7th ed.). Rajawali Pers.
- Atmaja, S., & Dewi, R. (2018). Komunikasi Organisasi (Suatu tinjauan Teoritis dan Praktis). *Inter Komunika Jurnal Komunikasi*, 3(2), 192–206.  
<https://journal.trunojoyo.ac.id/komunikasi/article/view/7504/4963>
- Claudia Stefani. (2020) Strategi Promosi Terhadap Warung Bubur Ayam Amelia Melalui Aplikasi Ojek Online. UIB
- Databoks. (2019). *Data Pengguna Social Media di Indonesia*.  
<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/02/08/berapa-pengguna-media-sosial-indonesia#>
- Databoks. (2019). *Shopee Jadi E-Commerce Paling Top dari Masa ke Masa*.  
<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/09/03/shopee-jadi-e-commerce-paling-top-dari-masa-ke-masa#>
- Databoks. (2020). *TikTok Telah Diunduh Lebih dari 2 Miliar Kali di Dunia*.  
<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/09/21/tiktok-telah-diunduh-lebih-dari-2-miliar-kali-di-dunia>
- Frida. (2021). *PENGARUH SOCIAL MEDIA MARKETING TIKTOK TERHADAP MINAT BELI BELANJA ONLINE DI SHOPEE*. Telkom University.
- Hary. (2020). *PERSEPSI MILENIAL TERHADAP LAYANAN MOBILE PAYMENT DI INDONESIA DENGAN MENGGUNAKAN PENDEKATAN TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL (TAM)*. Telkom University
- Imron. (2018). TikTok Jadi Aplikasi Terbaik di Play Store.  
*detik inet*. <https://inet.detik.com/mobile-apps/d-4329137/tiktok-jadi-aplikasi-terbaik-di-play-store>
- Indrawati. (2015). *Metode Penelitian Manajemen dan Bisnis Konvergensi Teknologi Komunikasi dan Informasi*. Bandung: PT Refika Aditama
- Kennyco. (2021). *Pengaruh Social Media Marketing dan Brand Image Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Aplikasi Bukalapak*. Telkom University

- Kotler, P., & Keller, K. (2016). *Marketing Management 16 edition*. New Jersey: Pearson.
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane. (2010). *Manajemen Pemasaran. Jilid 1, Edisi Ketiga belas*. Jakarta : Erlangga
- Kurnia, H. (2020). *PENGARUH AKTIVITAS PEMASARAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN SHOPEE*. Telkom University.
- Kusuma. (2020). *PENGUNAAN APLIKASI MEDIA SOSIAL BERBASIS AUDIO VISUAL DALAM MEMBENTUK KONSEP DIRI (Studi Kasus Penggunaan Aplikasi TikTok Berdasarkan Jenjang Umur)*. Universitas Tarumanagara.
- La Moriansyah (2015) *Pemasaran melalui media sosial: antecedents dan consequences* <https://media.neliti.com/media/publications/124068-ID-none.pdf>
- Mileva, L., & Dh, ahmad fauzi. (2018). *Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian ( Survei Online pada Mahasiswa Sarjana Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis Angkatan 2014 / 2015 Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya yang Membeli Starbucks. Jurnal Administrasi Bisnis (JAB), 58(1), 190–199.*
- Prido. (2020). *PENGARUH BRAND AMBASSADOR TERHADAP BRAND IMAGE DAN KEPUTUSAN PEMBELIAN* (Studi Kasus: Cristiano Ronaldo sebagai Brand Ambassador Shopee). Telkom University.
- Pritami, A. (2016). *Intip Perbedaan Media Sosial Marketing dengan Digital Marketing*.Kompasiana.<https://www.kompasiana.com/arwindapy/570349cd2c7a612b1ae4f8cf/intip-perbedaan-media-sosial-marketing-dengan-digital-marketing>
- Rafialdi. (2021). *PENGARUH BRAND IMAGE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PRODUK BODY MIST THE BODY SHOP BANDUNG*. Telkom University
- Ramayani Yusuf, Heny Hendrayati, Lili Adi Wibowo (2020) *Pengaruh konten pemasaran shopee terhadap keputusan pembelian pelanggan* <https://dinastirev.org/JMPIS/article/view/289>

- Rebecca. (2016). *Pengertian E-Commerce (Perdagangan Elektronik)*.  
<https://www.progresstech.co.id/blog/pengertian-e-commerce/>
- SARI. (2019). *Pengaruh Promosi Media Online terhadap Keputusan Pembelian Produk Hijab (Studi Pada Alif Galeri Hijab Sidoarjo)*. From  
<http://jurnal.stiekma.ac.id/index.php/JAMIN/article/view/28/12>
- Setiawati, D. (2020). *Minat Beli Konsumen Melalui Aplikasi Tix Id yang Dipengaruhi Oleh Social Media Marketing, Brand Image, dan E-Service Quality*. Telkom University.
- Shopee. (2021). *No Title*. <https://shopee.co.id/>
- Singgih Nurgiyantoro (2014) *Pengaruh strategi promosi melalui social media terhadap keputusan pembelian garskin yang dimediasi word of mouth marketing*  
<https://eprints.uny.ac.id/16797/1/SKRIPSI.pdf>
- Sugiyono. (2014), *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sujarweni, V. Wiratna. (2015). *Metodologi Penelitian; Bisnis dan Ekonomi*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Suliyanto. (2018). *Metode Penelitian Bisnis untuk Skripsi, Tesis, & Disertasi*. Yogyakarta: Januari 2018.
- warta ekonomi. (2019). *E-Commerce Tumbuh Pesat di Indonesia, Ini Faktornya*.
- WULANDARI, D. P. (2019). *Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Sejiwa Coffee*. BAB III METODE PENELITIAN, 31-32.
- Yuritri. (2020). *PENGARUH VIRAL MARKETING TERHADAP KEPERCAYAAN PELANGGAN DAN KEPUTUSAN PEMBELIAN SATE TAICHAN GORENG MELALUI SOCIAL MEDIA INSTAGRAM DI KOTA BANDUNG*. Telkom University.