

## DAFTAR PUSTAKA

- Anonim. (2020). Industri E-Commerce Indonesia Tahun 2020 Akan Semakin Melesat. Tersedia: <https://supplychainindonesia.com/industri-e-commerce-indonesia-tahun-2020-akan-semakin-melesat/#:~:text=Menurut%20Global%20Web%20Index%20tahun,produk%20dan%20jasa%20secara%20online> [13 Februari 2021].
- Agrippina, R., & Wardhana, A. (2019). Analisis Faktor-Faktor Pemasaran Digital Bandcamp.com Pada Rhym Band di Indonesia. *E-proceeding of Management*, 6(1), 818-824. Retrieved from: <https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/management/article/view/9000>.
- American Marketing Association. (2021). What is Digital Marketing?. Tersedia: <https://www.ama.org/pages/what-is-digital-marketing/> [13 Februari 2021].
- Andrian. (2019). Digital Maketing dan Ragam Produk pada Minat Beli Konsumen Toko Online Shopee (Studi Kasus pada Mahasiswa Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya Angkatan 2016). *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 3(1), 14-24. DOI: <http://dx.doi.org/10.25139/ekt.v3il.1430>.
- Armstrong, G., Kotler, P., Trifts, V., Buchwitz, A, L., & Gaudet, D. (2017). *Marketing an Introduction*. New Jersey: Pearson.
- Bala, M., & Verma, D. (2018). A Critical Review of Digital Marketing. *International Journal of Management, IT & Engineering*, 8(10), 321-339. Retrieved From: <http://www.ijmra.us>.
- Chaffey, D., & Chadwick, E, F. (2016). *Digital Marketing* (6th ed). United Kingdom: Pearson.
- Digital Marketing Jakata. (2017). Digital Marketing Merupakan Bagian Dari Transformasi Digital. Tersedia: <https://rigenz123.medium.com/digital-marketing-merupakan-bagian-dari-transformasi-digital-d4e5110acd66> [3 April 2021].
- Dreambox (2020). Mengenal Lebih Dalam Peran Digital Marketing Terhadap Perkembangan Bisnis. Tersedia : <https://www.dreambox.id/blog/mengenal-lebih-dalam-peran-digital-marketing-terhadap-perkembangan-bisnis/>. [3 April 2021].
- Efron, S. E., & Ravid, R. (2019). *Writing The Literature Review A Practical Guide*. The Guilford Press.
- Elite Marketer. (2021). Apa itu Digital Marketing dan Kegunannya untuk Bisnis Anda?. Tersedia: <https://elitemarketer.id/productivity/apa-itu-digital-marketing-2/> [13 Februari 2021].
- Goel, R., Sahai, S., Krishnan, C., Singh, G., Bajpai, C., & Malik, P. (2017). An Empirical Study to Enquire the Effectiveness of Digital Marketing in the Challenging Age with

Reference to Indian Economy. *Social Science and Humanities*, 25(4), 1569-1584.  
Retrieved from: <http://www.pertanika.upm.edu.my/>.

Hair Jr, J. F., Black, W. C., Babin, W. J., dan Anderson, R. E. (2019). *Multivariate Data Analysis* (8th ed.). Cheriton House North Way, United Kindom: Cengage Learning.

Help Shopee. (2020). Di mana saya dapat menemukan informasi seputar shopee?. Tersedia: <https://help.shopee.co.id/s/article/Di-mana-saya-dapat-menemukan-informasi-seputar-Shopee#:~:text=WhatsApp%20resmi%20Shopee%20memiliki%20tanda%20centang%20hijau%20dan%20pesan%20resmi%20seperti%20gambar%20berikut> [13 Februari 2020].

Iprice. (2020). Peta E-Commerce Indonesia. Tersedia: <https://iprice.co.id/insights/mapofecommerce> [13 Februari 2020].

Kampus Shopee. (2019). Ikuti Cara Promosi Produk dengan Iklanku untuk Jangkau Banyak Pembeli. Tersedia: <https://shopee.co.id/inspirasi-shopee/ikuti-cara-promosi-produk-dengan-iklanku-untuk-jangkau-banyak-pembeli/> [13 Februari 2020].

Kampus Shopee. (2021). Dukung Perekonomian Lokal, Shopee Seller Gallery Rajut Bandung Bertekad Tembus Pasar Global. Tersedia: <https://shopee.co.id/inspirasi-shopee/shopee-seller-gallery-rajut-bandung-bertekad-tembus-pasar-global/> [13 Februari 2021].

Khoirunnisa. (2015). Khusus Mobile, Apa Fitur Marketplace Shopee. Tersedia: <https://selular.id/2015/12/khusus-mobile-apa-fitur-marketplace-shopee/> [16 September 2020].

Kingsnorth, S. (2016). *Digital Marketing Strategy*. London: Kogan Page.

Kledo. (2020). 5 Fitur Terbaik di Shopee, Jualan Mudah Untung Berlimpah. Tersedia: <https://kledo.com/blog/fitur-terbaik-shopee/> [23 Februari 2021].

Kotler, P., dan Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*. Kendallville: Pearson.

Lamb, C. W., Hair, J., F., dan McDaniel, C. (2018). *MKTG Principles of Marketing*. Boston: Cengage Learning.

Mardatila, A. (2020). E-commerce adalah Pembelian dan Penjualan Secara Elektronik, Berikut Selengkapannya. Tersedia: <https://www.merdeka.com/sumut/e-commerce-adalah-pembelian-dan-penjualan-secara-elektronik-berikut-selengkapannya-klm.html> [16 September 2020].

Manggalini., U, RR, dan Rahmat, T. (2020). 5 Fitur Ini Bikin Belanja di Tokopedia Lebih Murah. Tersedia: <https://www.suara.com/tekno/2020/06/28/120000/5-fitur-ini-bikin-belanja-di-tokopedia-lebih-murah> [23 Februari 2021].

- Nisa., Chairun, A. (2020). 8 Kesalahan Digital Marketing yang Harus Kamu Hindari Beserta Tipsnya. Tersedia: <https://www.exabytes.co.id/blog/kesalahan-digital-marketing/> [3 April 2021].
- Palmatier, W, R., & Sridhar, S. (2017). *Marketing Strategy*. United Kingdom: PALGRAVE.
- Prathapan, M., Shadevan, S., & Zakkariya, K, A. (2018). Effectiveness of Digital Marketing: Tourism Websites Comparative Analytics Based on AIDA Model. *Pramana Research Journal*, 8(5), 15-26. Retrieved from: <http://pramanaresearch.org/>.
- Pressrelease. (2020). Shopee Awali 2020 dengan Pencapaian Sebagai Brand e-commerce pilihan Masyarakat Indonesia. Tersedia: <https://pressrelease.kontan.co.id/release/shopee-awali-2020-dengan-pencapaian-sebagai-brand-e-commerce-pilihan-masyarakat-indonesia?page=all#:~:text=Pencapaian%20Shopee%20lainnya%20adalah%20meraih,sejak%20kuartal%20tiga%20tahun%20lalu.&text=Kami%20berharap%20pengguna%20setia%20di,pencapaian%20Shopee%20di%20tahun%202020.%E2%80%9D> [19 Februari 2020].
- Radjab, dan Jam'an. (2017). *Metode Penelitian Bisnis*. Makassar: Lembaga Perpustakaan dan Penerbitan Universitas Muhammadiyah Makassar.
- Rahmat, H., & Maolana, A, H. (2017). Internal Stimuli Consumer Behavior Factor for Optimization Digital Marketing Tools Used. *Journal of Economics, Business and Management*, 5(5), 197-200. DOI: 10.18178/joebm.2017.5.5.511.
- Rufaida, N., & Suyanto, A. (2019). Analisis Pengaruh Pemasaran Digital (Digital Marketing) Terhadap Brand Awareness pada E-commerce. *E-proceeding of management*, 6(2), 2091-2097. Retrieved from: <https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/management/article/view/9529>.
- Riyanto., D, A. (2020). Hootsuite (We are Social): Indonesian Digital Report 2020. Tersedia : <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2020/> [3 April 2021].
- Rosdianawati, R. (2018). Tingkatkan Visibilitas Tokomu Menggunakan SEO Agar Penjualan Meningkatkan Pesat. Tersedia: <https://shopee.co.id/inspirasi-shopee/tingkatkan-visibilitas-tokomu-menggunakan-seo-agar-penjualan-meningkat-pesat/> [13 Februari 2020].
- Ryan, D., & Jones, C. (2009). *Understanding Digital Marketing*. London: Kogan Page.
- Sekaran, U., dan Bougie, R. (2016). *Research Methods for Business* (7th ed). United Kingdom : John Wiley and Sons.

- Shopee. (2020). Logo Perusahaan. Tersedia: [https://shopee.co.id/?gclid=CjwKCAjw3\\_KIBhA2EiwAaAAIig3NPuApKp9GtKzVjHKd02n44kdX7pBli66\\_GyfJHngjiJyfD37mVxoCElkQAvD\\_BwE](https://shopee.co.id/?gclid=CjwKCAjw3_KIBhA2EiwAaAAIig3NPuApKp9GtKzVjHKd02n44kdX7pBli66_GyfJHngjiJyfD37mVxoCElkQAvD_BwE) [13 September 2020]
- Shrestha, G. (2019). Factor Affecting Digital Marketing in Tourism: An Empirical Analysis of the Nepal Tourism Sector. *International Journal of Trend in Scientific Research and Development*, 3(6), 169-178. Retrieved from: <http://www.ijtrsd.com>.
- Siregar, S. (2019). *Statistik Parametrik untuk Penelitian Kuantitatif Dilengkapi dengan Perhitungan Manual dan Aplikasi SPSS* (17th ed). Jakarta: Bumi Aksara.
- Siyoto, S., & Sodik, A. M. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Literasi Media Publishing.
- Statista. (2019). Tren Pengguna E-commerce Terus Tumbuh. Tersedia: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/10/10/tren-pengguna-e-commerce-2017-2023> [16 September 2020].
- Sujarweni, V. W. (2019). *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi*. Yogyakarta: PUSTAKA BARU PRESS.
- Sukandi, A., Sofiati, A. N., & Sudaryo, Y. (2019). Implementasi Digital Marketing Untuk Meningkatkan Kepuasan Nasabah dan Berdampak Pada Citra Lembaga Perbankan (Suatu Survey pada Lembaga Perbankan Nasional) PT. Bank Negara Indonesia (persero), Tbk. *Jurnal Ilmu-Ilmu Sosial dan Humaniora*, 21(3), 355-364. DOI: 10.24198/sosiohumaniora.v21i3.23464.
- Suryana. (2010). *Metodologi Penelitian Model Praktis Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Bandung: UPI.
- Suryawadani, I, G, A, O., & Wiranatha, A, S. (2016). Digital Marketing In Promoting Event and Festivities A Case Of Sanur Village Festival. *Journal of Business on Hospitality and Tourism*, 2(1), 175-183. Retrieved from: <https://jbhost.org/jbhost/index.php/jbhost/article/view/51>.
- Sutopo, E. Y., dan Slamet, A. (2017). *Statistika Inferensial*. Yogyakarta: ANDI.
- Wasli, A. (2020). Sejarah Awal Berdirinya Marketplace Tokopedia, Shopee, Bukalapak, Lazada, Blibli dan JDID. Tersedia: <https://teknologi.id/os/sejarah-awal-berdirinya-marketplace-tokopedia-shopee-bukalapak-lazada-blibli-dan-jdid> [19 Februari 2021].
- Yasmin, A., Tasneem, S., & Fatema, K. (2015). Effectiveness of Digital Marketing in the Challenging Age: An Empirical Study. *International Journal of Management Science and Business Administration*, 1(5), 69-80. Retrieved from: <http://researchleap.com/category/international-journal-of-management-science-and-business-administration>.