

DAFTAR PUSTAKA

Buku:

- Assauri, Sofjan. 2017. Manajemen Pemasaran. Jakarta: Rajawali Press
- Ennedy, John.E dan R Dermawan Soemanagara. (2006). Marketing CommunicationTaktik dan Strategi. Jakarta. PT Buana Ilmu Populer (kelompok Gramedia)
- Kotler Philip, dan Amstrong Gary. 2013. Prinsip-prinsip Pemasaran, Edisi ke-12. Penerbit Erlangga.
- Morissan. 2010. Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Nurhadi, Zikri Fachrul. (2015). Teori-Teori Komunikasi. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Ruslan, Rosady. (2017). Metode Penelitian Public Relations dan Komunikasi. Jakarta: RajaGrafindo Persada.
- Sugiyono. 2018. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Suyanto, Muhammad. 2008. Muhammad Business Strategi dan Ethics (Etika dan Strategi Bisnis Nabi Muhammad SAW. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Yusuf, Muri. (2014). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan penelitian Gabungan. Jakarta: Prenadamedia Group.

Skripsi:

- Assadurachman, A. 2017. Bab 2 Landasan Teori *Marketplace*. Universitas Islam Indonesia. Yogyakarta. Tersedia <https://dspace.uui.ac.id/bitstream/handle/123456789/10273/05.2%20bab%20.pdf?sequence=6&isAllowed=y>
- Khopipah, Rohmatul. 2022. Pemanfaatan *marketplace* Shopee sebagai Media Komunikasi Pemasaran Online Shop JR.id4. Institut Agama Islam Negeri Ponorogo.
- Magfira, Nurul. 2019. Pengaruh Kualitas Barang Terhadap Keputusan Pembelian Pada Aplikasi Shopee (Studi Pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Negeri Makassar).Universitas Negeri Makassar. Makassar. Tersedia <http://eprints.unm.ac.id/16271/1/SKRIPSI%20NURUL%20MAGFIRA.pdf>

Nabila, Ataniya Salma. 2023. Strategi Komunikasi Pemasaran Melalui Media Sosial Online Shop Xavia dalam Meningkatkan loyalitas Konsumen. Universitas Islam Indonesia.

Syahputra, Yudhi Arya. 2022. Strategi Komunikasi Pasaran dalam Menarik Minat Konsumen pada PT. RajaGrafindo Universitas Sultan Ageng Tirtayasa.

Jurnal:

Amanah, Dita & Harahap, Dedy Ansari. “Pengaruh Komunikasi Pemasaran Perusahaan Terhadap Kesadaran Merek Pelanggan”. [online]. Tersedia <https://e-journal.unair.ac.id/JMTT/article/download/9789/pdf/37062>

Carolina, Tabita. 2021. “Motivasi, Pola Penggunaan, Interaktivitas, Dan Kepuasan Menggunakan Shopee Live (Studi Korelasi Antara Motivasi, Pola Penggunaan, Interaktivitas Dan Kepuasan Menggunakan Shopee Live Sebagai Media Belanja Online Pada Followers Akun Shopee Geulis Garage Sale)”. [online]. Tersedia <https://digilib.uns.ac.id/dokumen/download/86089/NDgwMjIx/Motivasi-Pola-Penggunaan-Interaktivitas-dan-Kepuasan-Menggunakan-Shopee-Live-abstrak.pdf>

Hermawan, Fajar Tri. 2020. “Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Konsumen Motor Honda Di Komplek Graha Indah Bekasi)”. [online]. Tersedia <http://repository.stei.ac.id/1856/1/Naskah%20Publikasi%20Bhs.Indonesia%20Fajar%20Tri%20Hermawan%2021160000228.pdf>

Pratiwi, Trieska. 2015. “Analisis Semiotika Roland Barthes Terhadap Logo Calais Tea”. [online]. Tersedia http://openlibrary.telkomuniversity.ac.id/pustaka/files/104472/jurnal_eproc/analisis-semiotika-roland-barthes-terhadap-logo-calais-tea.pdf

Sofiani, Iin. 2019. “siRancang Bangun Aplikasi e-market Hasil Pertanian Berbasis Website Dengan Menggunakan Framework Codeigniter”. [online]. Tersedia **Error! Hyperlink reference not valid.**

Sumber Lain:

Annur, Cindy Mutia. (2023, 13 10). Databoks.katadata.co.id. Diakses 10 13, 2023, tersedia <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/09/20/penggunaan-internet-di-indonesia-tembus-213-juta-orang-hingga-awal-2023>

Hasanah, Afifah Permata. (2023, 17 10). Evermos.com. Diakses 10 17, 2023, tersedia

<https://evermos.com/home/panduan/mitra/shopee/marketplace-shopee-aplikasi-terpopuler-di-indonesia/>

Putri, Vanya K M. (2023, 14 10). Kompas.com. Diakses 10 14, 2023,
tersedia <https://www.kompas.com/skola/read/2022/02/26/090000269/contoh-penerapan-strategi-pemasaran-4p?page=all>