

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Thamrin dan Francis Tantri. (2016). *Manajemen Pemasaran*. Depok : PT Raja Grafindo Persada.
- Ain, N., Safitri, D. N., Hendra, J. (2024). Pemasaran Digital dan E-Commerce di Era Globalisasi: Tren, Inovasi, dan Dampaknya pada Bisnis Global. *JETBUS Journal of Education Transportation and Business*.1(2). 653-663.
- Arikunto, S. (2013). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Edisi Revisi. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Arikunto, S. (2016). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Assauri, Sofjan. (2017). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Basu Swastha. (2014). *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: BPFE.
- Chaffey, D. (2015). *Digital Business and E-commerce Management* (6th ed.). Pearson Education.
- Chalil, M. (2020) *Manajemen Merek: Teori dan Aplikasi*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Chayadi, S. A., Loisa, R., & Sudarto, S. (2021). Strategi Marketing Public Relations Kopi Kenangan dalam Membangun Brand Awareness. *Prologia*, 5(1), 175-183.
- Chen, J. (2022). *The Rise of E-commerce Platforms in Southeast Asia: A Case Study of Shopee*.
- Data, G. *Produk Fashion Jadi Produk yang Paling Banyak Dibeli di Online Shop*. GoodStats Data. <https://data.goodstats.id/statistic/produk-fashion-jadi-produk-yang-paling-banyak-dibeli-di-online-shop-WNrZx>. Pada Hari Kamis (29/11).
- Effendy, Onong Uchjana. (2008). *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Gautama, N. D., & Widagdo, A. K. (2021). Pengaruh Kualitas Aplikasi Mobile dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian pada E-commerce Shopee.
- Haque-Fawzi, M.G., Iskandar, A.S., Erlangga, H., Nurjaya, H. (2022). *Strategi Pemasaran: Konsep, Teori, dan Implementasi*. Tangerang Selatan: Pascal Books.

- Hidayat, R., & Prawira, A. (2023). Pengaruh Fitur Gamifikasi dan Sosial Media Marketing Terhadap Minat Beli Konsumen pada Aplikasi Shopee.
- Ilham, M. N., & Palapah, M. A. O. (2021). Strategi Marketing Public Relations X Motorcycle. *Jurnal Riset Public Relations*, 156-161.
- Ismanto, J. (2020). *Manajemen Pemasaran*. Tangerang Selatan: Unpam Press.
- Jefkins, Frank. (2003). *Public Relations*. Jakarta: Erlangga.
- Kalakota, R., & Whinston, A. B. (1997). *Frontiers of Electronic Commerce*. Addison-Wesley.
- Komalawati, E. (2021). "Utilization Of Financial Technology Services Media in Improving Customer Satisfaction PT. Shopee International Indonesia". *Ilomata International Journal of Social Science (IJSS)*, 2(3), 204. ISSN 2714-8998.
- Kotler, Philip & Keller, Kevin Lane. (2016). *A Framework For Marketing Management, Sixth Edition, Global Edition*. England: Pearson.
- Kotler, Philip., dan Gary Armstrong. (2019). *Principles of Marketing*, 14th Ed. Jakarta: Prentice Hall.
- Kurtz, David L. (2008). *Pengantar Bisnis Kontemporer*, Buku 1. Jakarta: Salemba Empat.
- Laudon, K. C., & Traver, C. G. (2020). *E-commerce: Business, Technology, Society* (16th ed.). Pearson.
- Moleong, J Lexy. (2012). *Metodologi Penelitian Kualitatif Edisi Revisi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya Offset.
- Moleong, J Lexy. (2016). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Morissan, M.A. (2014). *Manajemen Public Relations*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Muslimin, F. A., Hafiar, H., Prastowo, A. A. (2022). Pelaksanaan Strategi Marketing Public Relations Asbhoel Dalam Membangun Brand Image. *Jurnal Ilmu Komunikasi UHO : Jurnal Penelitian Kajian Ilmu Komunikasi dan Informasi..* 7(2). 423-441.

- Ni Komang Ana Tri Handayani, Ni Putu Nita Anggraini, dan Pande Ketut Ribek, "Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, dan Kepuasan Konsumen terhadap Loyalitas Pelanggan dalam Pembelian Produk Furniture Kayu Jati Bali Rahayu (Studi Penelitian UD Bali Rahayu Badung)," *Jurnal Emas* 3, no. 8 (2022): 40
- Nurjaman, K. & Umam, K. (2016). *Komunikasi dan Public Relations*. Bandung: Pustaka Setia.
- Nurtjahjani, F. & Trivena, S.M. (2018). *Public Relations: Citra dan Praktik*. Malang: Polinema Press.
- Ruslan, Rosady. (2012). *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi: Konsep dan Aplikasi*. Jakarta: Rajagrafindo Persada.
- Ruslan, Rosady. (2016). *Strategi Public Relations & Branding*. Jakarta: Rajagrafindo Persada
- Ruslan, Rosady. (2018). *Manajemen Public Relations & Media Komunikasi*. Jakarta: Rajagrafindo.
- Rosy, B. (2020). *Public Relations: Strategi dan Taktik*. Jakarta: Kencana.
- Sari, A. A. (2017). *Dasar-Dasar Public Relations Teori dan Praktik*. Yogyakarta: Deepublish.
- Stanton, William J. (2006). *Prinsip Pemasaran*. Alih Bahasa: Yohanes Lamarto. Edisi Ketujuh. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: CV Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, F. (2020). *Strategi Pemasaran: Prinsip dan Penerapan*. Yogyakarta: Andi.
- Turban, E., King, D., Lee, J. K., Liang, T. P., & Turban, D. C. (2018). *Electronic Commerce: A Managerial and Social Networks Perspective* (9th ed.). Springer.
- Utomo, E. S., & Atmaja, S. (2022). Strategi Marketing Public Relations Dealer Daihatsu Dalam Meningkatkan Penjualan Mobil Di Masa Pandemi Covid-19. *JIKA (Jurnal Ilmu Komunikasi Andalan)*, 5(2), 159-169.

Winardi, J. (2). (2015). *Manajemen Perubahan (The Management Of Change)*,
Cetakan Ke-1. Jakarta: Prenada Media.

