

DAFTAR PUSTAKA

BUKU

- Anak Agung & Anik Yuesti Putu Agung, *Metode Penelitian Bisnis Kuantitatif Dan Kualitatif* (Bali, 2019)
- Agustina Rina, Sudadi Pranata, and Chandra Lukita, "Kata Kunci: Digital Marketing, Word of Mouth, Minat Beli" 01, no. 01 (2023).
- Adi Ahdiat, "Jumlah Kunjungan ke 5 Situs *E-commerce* Terbesar di Indonesia" DataBoks 2023,
- Ahmad Raze et al., "Pengaruh E-commerce Terhadap Omzet Penjualan Handpone Azilla Pada Masa Pandemi Covid-19," 2022.
- Authors and Febsri Susanti Ade Candra Gunawan, "Pengaruh Bauran Promosi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Maybelline Di Kota Padang," 2017, <https://osf.io/preprints/inarxiv/npjqh/>.
- Chole, N., & Dharmik, K.M. (2018). *Digital Marketing & Social Media. International Conference Busniess Remodelling: Exploring New Initiatives in Key Busniess Functions* (pp. 163-167). Nagpur: *Tripude Institute of Management education*.
- Chaffery, D., & Chadwick, F. E. (2016) *Digital Marketing Strategy, Implementation, and Practice. United kingdom: Pearson Education Limited*.
- Dyah Nirmala Arum Janie, *Statistik Deskriptif Dan Regresi Linear Berganda Dengan SPSS* (Semarang: Semarang University Press, 2012)
- Durianto, Darmadi, Dkk, *Strategi Menaklukan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merk* , (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2003)
- Enjel, JF., Blackwell, RD., 2020. *Consumer Behavior*. Sevent Edition USA: The Dryden Press.
- Ferdinand, (2019) *Structural Equation Modeling Dalam Penelitian Manajemen*. Edisi 2 Seri Pustaka Kunci. 23.
- G.William J. Stanton, *Fundamentals of Marketing*, (Singapore: Graw Hill International, 2002), 10th Edition.
- Indrajit, R. E., 2001, *E-Commerce: Kiat dan Strategi Bisnis di Dunia Maya*,

- (Jakarta: PT. Elek Media Komputindo, 2001)
- Iky Kusuma, (2021), “Prasarana Permasalahan Aplikasi Shopee”
- Kotler dan Keller, membangun minat beli, (html diakses pada tanggal 31 juli 2016).
- Kleindl, B.A & Burrow, J.L. (2019) E-commerce Marketing. United States of America: South Western.
- Muri Setiawan, “Pemilik Y.O.U, Brand Produk Kecantikan Lokal dengan harga Terjangkau”, 12go.asia
- Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D, (Bandung: Alfabeta, 2019)
- Saputra, D. H., Sutiksno, D. U., Kusuma, A. H. P., Romindo, R., Wahyuni, D., Purnomo, A., & Simarmata, J. (2020). Digital Marketing: Komunikasi Bisnis Menjadi Lebih Mudah. Yayasan Kita Menulis
- Sunday Ade Sitorus et al, Digital Marketing Strategy: Online Marketing Approach, (Bandung: CV. Media Sains Indonesia, 2022),
- Siti Nur Azzura, “Y.O.U Siap Saingi Kosmetik Lokal”, Merdeka.com
- Thomas, W. S., Norman, Kewirausahaan dan Manajemen Usaha Kecil, (Jakarta: Salemba Empat, 2009)
- Poerwadarminto, Kamus Umum Bahasa Indonesia, (Jakarta: Balai Pustaka, 2004),
- Wardhana, A. (2015, April). Strategi digital marketing dan Implikasinya pada Keunggulan Bersaing UKM di Indonesia. In Seminar Nasional Keuangan Dan Bisnis IV

SKRIPSI

- Aprilin, ROZA PUTRI, and a Locus Of Control. “Analisis Kandungan Asam Salisilat Pada Kosmetik Anti Jerawat Yang Beredar Di Kota Mataram.” *Skripsi Universitas Muhammadiyah Malang* 20 (2015).
- Raze, Ahmad, Fakultas Ekonomi, Manajemen Universitas, Islam Kalimantan, and Muhammad Arsyad. “Pengaruh E-Commerce Terhadap Omzet Penjualan Handphone Azilla Ponsel Pada Masa Pandemi Covid-19,” 2022.
- Ilmiah Manajemen Ubhara Pengaruh Kepercayaan Dan, Jurnal, Khowin Ardianto,

Fania Putri Nuriska, Lia Nirawati, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional, and Jawa Timur. "Ulasan Produk Terhadap Minat Beli Ulang Emina Pada Official Store Shopee Di Kota Surabaya," 2020. www.kemenperin.go.id.

JURNAL

- Authors, and Febsri Susanti Ade Candra Gunawan. "Pengaruh Bauran Promosi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Maybelline Di Kota Padang," 2017. <https://osf.io/preprints/inarxiv/npjqh/>.
- Ngadimen, Ahmad Nurrokhim, and Emy Widyastuti. "Pengaruh Social Media Marketing, Online Customer Review, Dan Religiusitas Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Shopee Di Masa Pandemi Covid-19 Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening." *Journal of Management and Digital Business* 1, no. 2 (2021): 122–34. <https://doi.org/10.53088/jmdb.v1i2.134>.
- Nikmah, Farika. "Kajian Tentang Pemasaran Online Untuk Meningkatkan Peluang Bisnis." *Adbis: Jurnal Administrasi Dan Bisnis* 11, no. 1 (2017): 47. <https://doi.org/10.33795/j-adbis.v11i1.19>.
- R, Sidharta I & Sidh. "Pengukuran Persepsi Manfaat Dan Persepsi Kemudahan Terhadap Sikap Serta Dampaknya Atas Penggunaan Ulang Online Shopping Pada E-Commerce." 8, no. 2 (2014): 92–100.
- Raze, Ahmad, Fakultas Ekonomi, Manajemen Universitas, Islam Kalimantan, and Muhammad Arsyad. "Pengaruh E-Commerce Terhadap Omzet Penjualan Handphone Azilla Ponsel Pada Masa Pandemi Covid-19," 2022, 5.
- Rina, Agustina, Sudadi Pranata, and Chandra Lukita. "Kata Kunci: Digital Marketing, Word of Mouth, Minat Beli" 01, no. 01 (2023): 38.
- Riyanjaya, Novita Amalia, and Sonja Andarini. "Pengaruh Online Customer Review Dan Online Customer Rating Terhadap Minat Beli Produk Wardah Di Situs Belanja Online Shopee." *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam* 3, no. 5 (2022): 927–44. <https://doi.org/10.47467/elmal.v3i5.1179>.
- R, Sidharta I & Sidh. "Pengukuran Persepsi Manfaat Dan Persepsi Kemudahan

Terhadap Sikap Serta Dampaknya Atas Penggunaan Ulang Online Shopping Pada E-Commerce.” 8, no. 2 (2014): 92–100.

Rantung, Joan F, Jantje Mandey, and Verry Y Londa. “Peranan Pemberdayaan Kesejahteraan Keluarga (PKK) Dalam Menggerakkan Partisipasi Masyarakat Desa (Suatu Studi Di Desa Ongkau I Kabupaten Minahasa Selatan).” *Jurnal Administrasi Publik* 4, no. 5 (2018): 46–65. <https://media.neliti.com/media/publications/1246-ID-peranan-pemberdayaan-kesejahteraan-keluarga-pkk-dalam-menggerakkan-partisipasi-m.pdf>.