



DAFTAR PUSTAKA

Buku:

- Cooper, Donald R., Pamela S. Schindler (2014), *Business Research Methods*, Edisi 12, USA: McGraw-Hill Irwin.
- Firmansyah, M Anang (2019), *Pemasaran Produk dan Merek (planning & Strategy)*, Edisi : 1, C.v. Penerbit Qiara Media.
- Ghozali, Imam (2018), *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23*, Edisi 9, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Kotler, Phillip dan Kevin Lane Keller (2016), *Marketing Management*, Edisi : 15e, United States of America: Pearson Education.
- Kotler, Phillip., Kartajaya, Hermawan & Setiawan, Iwan (2019), *Marketing 4.0*, Edisi : 4, Pt Gramedia Pustaka Utama..
- Sugiyono (2017), *Metode Penelitian Pendidikan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, Edisi: Ke-26, Bandung: Alfabeta.
- Uma, Sekaran dan Roger Bougie (2017), *Metodologi Penelitian untuk Bisnis*, Edisi:6, Buku 2, Jakarta: Salemba Empat.

Jurnal:

- Ago, A., & Endang, A. H. (2017), Analisis Bisnis E-Commerce pada Mahasiswa Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar, *Jurnal Teknik Informatika*, Vol 2, 1–13, di akses 3 April 2021.
- Fitriandus, A., Novita, A., Keuangan, I., Asia, I., Perbanas, I., Care, P., & Care, P. (2021). *Pelayanan Jasa Pet Care Jakarta Timur*, EXPLORE, Vol 11 No 1 Tahun 2021, 25–31, di akses 3 April 2021
- Hadi, Ghita & Dwi, Aulia (2018), Pengaruh Atribut Merek Terhadap Brand Awareness di Rumah Sakit Gigi dan Mulut Nala Husada, *Jurnal Kedokteran Gigi*, Februari Vol 12, di akses 3 April 2021
- Irmawati, D. (2011), Pemanfaatan E-Commerce Dalam Dunia Bisnis. *Orasi Bisnis*, November vol 6, 95–112, diakses 3 April 2021.
- Mathur, Manisha (2019), Building Brand Advocacy on Social Media to Improve Brand Equity, *Int. J.Electronic Marketing and Retailing*, Vol 10 No 2 Tahun 2019, di akses 3 April 2021.
- Pai, Da-Chang., Lai, Chi- Shiun., Chiu, Chih-Jen & Yang, Chin-Fang (2015), Corporate Social Responsibility and Brand Advocacy in Business-to-Business Market: The Mediated Moderating Effect Of Attribution, *Journal of Business Ethics*, diakses 3 April 2021.



Suherlan, Herlan (2017), Faktor- faktor Penentu Perilaku Advokasi Pengunjung Pangandaran Provinsi Jawa Barat, diakses 3 April 2021

Yustiani, R., & Yunanto, R. (2017), Peran Marketplace Sebagai Alternatif Bisnis Di Era Teknologi Informasi, Komputa : Jurnal Ilmiah Komputer Dan Informatika, vol 6, 43–48, diakses 3 April 2021, <https://doi.org/10.34010/komputa.v6i2.2476>.

Sigurbjörnsson, K. M. (2019), MS thesis Marketing and International Business, Master's thesis-school of social sciences, September 2019, diakses 3 April 2021.

Lin, M. S. & Chung, Y. K. (2019). Understanding the impacts of corporate social responsibility and brand attributes on brand equity in the restaurant industry. Tourism Economics, vol 25, diakses 3 April 2021.

Website:

Daftar pengunjung marketplace di Indonesia, diakses 4 April 2021, <https://www.similarweb.com/website/shopee.co.id/>

Daftar pengujung marketplace di Indonesia tahun 2020, diakses 4 April 2021, <http://www.iprice.co.id/>

Logo Shopee, diakses 10 Juni 2021, <http://Shopee.co.id/>

Nominal transaksi E-commerce di Indonesia , diakses 4 April 2021, <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/01/29/nilai-transaksi-e-commerce-mencapai-rp-2663-triliun-pada-2020>

Sejarah Shopee, diakses 10 Juni 2021, <https://obrolanbisnis.com/sejarah-shopee/>

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Dilarang menyalin atau menjiplak sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mengemukakan sumber. a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah. b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.