



DAFTAR PUSTAKA

Buku:

- Ayeshah, I., Pratama, I. W. A., Syahril Hasan, Amaliyah, Nur Ika Effendi, Tri Yusnanto, & Ni Desak Made Santi Diwyarthi. (2022). *Digital Marketing (Tinjauan Konseptual)*. PT. Global Eksekutif Teknologi.
- Chaffey, D., & Chadwick, F. (2022). *Strategy, implementation and practice* (Eighth Edition). Pearson.
- Dhiraj Kelly Sawlani. (2021). *Digital marketing: Brand images*. Scopindo Media Pustaka.
- Emy Radjab & Andi Jam'an. (2017). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Lembaga Perpustakaan dan Penerbitan Universitas Muhammadiyah.
- Hardani, Nur Hikmatul Auliya, Hemina Andriani, Roshandy Asri Fardani, & Jumari Ustiawaty. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*. Pustaka Ilmu.
- Inam Ghozali. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25* (9th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Keller K. L., & Swaminathan, V. (2020). *Strategic Brand Management: Building, Measuring, and Managing Brand Equity* (Fifth edition, global edition). Pearson.
- Marissa Grace Haque-Fawzi, Ahmad Syarief Iskandar, Heri Erlangga, H. Nurjaya, & Denok Sunarsi. (2022). *Strategi Pemasaran Konsep, Teori dan Implementasi*. Pascal Books.
- Marjolein Visser RM, Berend Sikkenga, & Mike Berry. (2021). *Digital Marketing Fundamentals* (2nd ed.). Noordhoff.
- Pamela S. Schindler. (2022). *Business Research Methods* (14th ed.). McGraw Hill.
- Riyanto, S., & Hatmawan, A. A. (2020). *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan dan Eksperimen*. Deepublish.
- Sugiyono. (2021). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Uma Sekaran & Roger Bougie. (2017). *Metode Penelitian Untuk Bisnis*.

Jurnal:

- Airin Halim. (2022). *Pengaruh Sosial Media Terhadap Keputusan Pembelian yang Dimediasi Word of Mouth Pada Online Shop Shopee di Wilayah Kelapa Gading Jakarta Utara*. Kwik Kian Gie School of Business University.
- Amella Ibnu Wasiat, F., & Bertuah, E. (2022). Pengaruh Digital Marketing, Social Media Influencer Terhadap Niat Beli Produk Fashion Pada Generasi Milenial Melalui Customer Online Review di Instagram. *SINOMIKA Journal: Publikasi Ilmiah Bidang Ekonomi Dan Akuntansi*, 1(3), 513–532. <https://doi.org/10.54443/sinomika.v1i3.295>
- Chris Chelsea Cornelia Alwi. (2022). *Pengaruh Advertising, Personal Selling, dan Sales Promotion Terhadap Purchase Intention Skincare Laneige*. Kwik Kian Gie School of Business University.

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

© Hak cipta dimiliki IBIKKG Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



Hanjani, G. A., & Widodo, A. (2019). Consumer Purchase Intention. *Journal of Secretary and Business Administration*, 3(1), 39. <https://doi.org/10.31104/jsab.v3i1.90>

Joesyiana, K. (2018). *Pengaruh Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Media Online Shop Shopee di Pekanbaru*. 4(1).

Khoziyah, S., & Lubis, E. E. (2021). Pengaruh Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Followers Online Shop Instagram @KPOPCONNECTION. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 10(1).

Marlien, R. A., Putri, C., Basiya, R., & Suteja, B. (2020). *Analysis of Factors Affecting Consumer's Purchase Intention Impact on Customer Behavior Outcomes: The 3rd International Conference on Banking, Accounting, Management and Economics (ICOBAME 2020)*, Semarang, Indonesia. <https://doi.org/10.2991/aebmr.k.210311.086>

Nurwana. (2021). *Pengaruh Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Tanaman Hias Di Kota Makassar (Studi Kasus Pada Algren Indonesia)*. Muhammadiyah Makassar University.

Pranata, I. W. D. R., & Pramudana, Km. A. S. (2018). Peran Kesadaran Merek (Brand Awareness) Dalam Memediasi Hubungan Iklan Oppo Dengan Niat Beli Konsumen. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 7(10), 5230. <https://doi.org/10.24843/EJMUNUD.2018.v07.i10.p02>

Valensia Nindi Ernawati. (2022). *Pengaruh Online Customer Review dan Online Customer Rating Terhadap Purchase Intention Pada E-commerce Pegi-Pegi*. Kwik Kian Gie School of Business University.

Website:

10 E-Commerce dengan Pengunjung Terbanyak Kuartal I 2022. (n.d.). Retrieved August 9, 2023, from <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/07/19/10-e-commerce-dengan-pengunjung-terbanyak-kuartal-i-2022>

Indonesia, D. (n.d.). *Pengguna Internet di Indonesia Sentuh 212 Juta pada 2023*. Dataindonesia.id. Retrieved August 9, 2023, from <https://dataindonesia.id/internet/detail/pengguna-internet-di-indonesia-sentuh-212-juta-pada-2023>

Pendapatan Shopee Meningkat 64% (yoy) pada Kuartal I 2022 | Databoks. (n.d.). Retrieved August 9, 2023, from <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/05/18/pendapatan-shopee-meningkat-64-yoy-pada-kuartal-i-2022>

Survei Jakpat: Shopee Rajai Penggunaan Live Shopping di Indonesia | Databoks. (n.d.). Retrieved August 9, 2023, from <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/07/06/survei-jakpat-shopee-rajai-penggunaan-live-shopping-di-indonesia>

Hak cipta milik BIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan 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.

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