

## DAFTAR PUSTAKA

- Fatah, S. (2018). Strategi Pemasaran Melalui E-commerce Dalam Peningkatan Pendapatan. *Jurnal Ilmu dan Pendidikan Ekonomi-Sosial*, 1-11.
- Kangean, S., & Rusdi, F. (2020). Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran Shopee Dalam Persaingan E-commerce di Indonesia. *Vol. 4, No. 2*, 280-287.
- Ramadhan, W. I. (2021). Strategi Promosi Pada Iklan E-commerce Shopee Di Media Sosial. *Skripsi*, 22-30.
- Research, M. (2020). Strategi Promosi Yang Diterapkan Pada PT. Shopee. *Skripsi*, 6-22.
- Saleh, M. Y., & Said, M. (2019). *Konsep dan Strategi Pemasaran*. Makasar: CV. SAH MEDIA.
- Sugeng. (2018). E-commerce Sebagai Pendukung Pemasaran. *Skripsi*, 143-156.
- Sukamdani, N. B., & Istuningsih, W. (2018). Perancangan Strategi E-commerce Berbasis Website Untuk Meningkatkan Penjualan. *EKONOMI BISNIS DAN KEWIRAUSAHAAN Vol. VII, No. 1*, 77-88.
- Suswanto, P., & Setiawati, S. D. (2020). Strategi Komunikasi Pemasaran Shopee Di Tengah Pandemi Covid 19. *VOLUME 3, NO.2*, 17-26.
- Wahyuningrum, R. (2018). Analisis Strategi E-Marketing Untuk Meningkatkan Minat Beli Online. *Jurnal Manajemen Bisnis, Vol. 21 No. 3*, 257-289.
- Wibowo, D. H., Arifin, Z., & Sunarti. (2015). Analisis Strategi Pemasaran Untuk Daya Saing UMKM. *Vol. 29 No.1* , 60-65.
- Yulianti, F., Lamsah, & Periyadi. (2019). *Manajemen Pemasaran*. Banjarmasin: CV. BUDI UTAMA.