

## DAFTAR PUSTAKA

- Aditya, W.R. (2017). *STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN (Studi Pada Event Tupperware Home Party Dalam Menjaga Loyalitas Konsumen PT. Riau Cahaya Utami di Kota Pekanbaru)*, Vol 4 No 1, 1-15. Jurnal Online Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Riau.
- Aminarti, D.R. & Wijayani, Q.N. (2024). *STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN ONLINE SHOP "QUEENBEA" TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK AKSESORIS DIE-COMMERCE SHOPEE*, Vol 2 No 1, 16-27. Jurnal Sains Student Research. DOI 10.61722/jssr.v2i1.470
- Arikunto, S. (2011). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Assyakurrohim, D., Ikhrum, D., Sirodj, R.A. & Afgani, M.W. (2023). *Metode Studi Kasus dalam Penelitian Kualitatif*, Vol 3 No 1, 1-9. Jurnal Pendidikan Sains dan Komputer. DOI 10.47709/jpsk.v3i01.1951
- Black, J. A., & Champion, D. J. (2009). *Metode & Masalah Penelitian Sosial*. Bandung: PT Refika Aditama.
- Hardiansyah, H. (2019). *Metodologi Penelitian Kualitatif: Untuk Ilmu-ilmu Sosial*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Haris, A., Pratiwi, S.A.P. & Waridah. (2022). *Strategi Komunikasi Pemasaran Fotografer*. Sumedang: CV Mega Press Nusantara.
- Herlina., Boer, R.F., Fasadena, N.S., dkk. (2023). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Pasuruan: CV Basya Media Utama.
- Indrajaya, S. (2024). *Komunikasi Digital Marketing*. Bandung: Kaizen Media Publishing.
- Khairi, M.W. & Maryani, A. (2023). *Strategi Komunikasi Bisnis Online Shop Shopee dalam Meningkatkan Penjualan*, Vol 3 No 2, 125-130. Jurnal Riset Manajemen Komunikasi (JRMK). DOI 10.29313/jrmk.v3i2.3228
- Kementerian Perdagangan Republik Indonesia. (2024). *PERDAGANGAN DIGITAL (E-COMMERCE) INDONESIA PERIODE 2023*. (pp.1-8). DKI Jakarta, Pusat Data dan Sistem Informasi Sekretariat Jenderal Kementerian Perdagangan. Diperoleh tanggal 28 April 2025, dari <https://satudata.kemendag.go.id/ringkasan/produk/perdagangan-digital-e-commerce-indonesia-periode-2023>

- Kriyantono, R. (2017). *Teori-teori Public Relations Perspektif Barat & Lokal: Aplikasi Penelitian & Praktik*. Jakarta: Kencana.
- Lisman, C.A., Linting, I. & Allo, Y.T. (2024). *ANALISIS PEMAHAMAN WAJIB PAJAK ATAS PENGENAAN PAJAK PENGHASILAN PENGUSAHA ONLINE (E-COMMERCE) DI MAKASSAR*, Vol 1 No 2, 1-7. *Jurnal Mahasiswa Akuntansi*.
- Nasarudin., Mahaly, S., Munjiah, M., dkk. (2024). *Studi Kasus dan Multi Situs dalam Pendekatan Kualitatif*. Padang: CV Gita Lentera.
- Purbobastuti, A.W. (2021). *EFEKTIVITAS BAURAN PEMASARAN PADA KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN INDOMARET*, Vol 7 No 1, 1-17. *Jurnal Sains Manajemen*.
- Ro'uf, M., Purwanto, E. & Santi, F. (2023). *STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN CV PELITA WARNA SENTOSA DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN DI E-COMMERCE SHOPEE*, Vol 8 No 1, 1-5. *Jurnal Dinamika Universitas Muhammadiyah Tangerang*. DOI 10.31000/dinamika.v8i1.10351
- Rusdiono. (2019). *Peran Media Sosial Sebagai Upaya Pemasaran Bisnis Online Shop Pada Online Shop Antler MakeUp @antler.makeup*, Vol 3 No 2, 195-202. *Widya Cipta: Jurnal Sekretari dan Manajemen*. DOI 10.31294/widyacipta.v3i1
- Safitri, N.A. (2017). *STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN UNTUK MENINGKATKAN DAYA BELI KONSUMEN MELALUI MEDIA SOSIAL*, Vol 11 No 2, 210-216. *Journal of Management Studies*. DOI 10.21107/kompetensi.v11i2.3532
- Saputri, M.E., Darsana, I.M., Harinie, L.T., dkk. (2023). *Pengantar Manajemen Pemasaran*. Bali: CV Intelektual Manifes Media.
- Segarwati, Y. & Rakhmaniar, A. (2023). *Pengaruh Promo Shopee Terhadap Minat Beli Mahasiswa Ilmu Komunikasi FISIP Unpas*, Vol 13 No 2, 128-140. *Jurnal Ilmu Politik dan Komunikasi*.
- Subagyo, J. P. (1991). *Metode Penelitian Dalam Teori dan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Kombinasi (mixed methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Supranto, J. (2000). *Teknik Sampling untuk Survei dan Eksperimen*. Jakarta: PT Rineka Cipta.