

DAFTAR PUSTAKA

- A. T., Wijaya, and Yuliana D. "Strategi *Communication Marketing* UMKM Di Tengah Keterbatasan Anggaran." *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis* 15, No. 1 (2020): 45–57.
- Adi, Arista Prasetyo. *Strategi Efektif Internet Marketing*. Elex Media Komputindo, 2022.
- Agustina, Lidya. "Viralitas Konten Di Media Sosial" 1, No. 2 (2020).
- Akdim, Khaoula, Luis V. Casaló, And Carlos Flavián. "The Role Of Utilitarian And Hedonic Aspects in the Continuance Intention to Use Social Mobile Apps." *Journal of Retailing and Consumer Services* 66 (2022): 102888.
- Amalia, Putri. "Pengaruh Diskon Tanggal Kembar Dan Gratis Ongkir Shopee Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Ekonomi Islam UII." PhD Thesis, Universitas Islam Indonesia, 2023.
<https://dspace.uui.ac.id/handle/123456789/47054>.
- Anisa, Anisa, Ririn Risnawati, and Nurul Chamidah. "Pengaruh Word Of Mouth Mengenai *Live streaming* Tiktok Shop Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen." *Jurnal Komunikasi Pemberdayaan* 1, no. 2 (2022): 131–43.
- "APJII: Pengguna Internet Indonesia 215,63 Juta pada 2022-2023 - DataIndonesia.id." Accessed May 28, 2024.
<https://dataindonesia.id/internet/detail/apjii-pengguna-internet-indonesia-21563-juta-pada-20222023>.
- Budianto, Enggran Eko. "Belum Punya Merek, Produk Sepatu Mojokerto Populer di Daerah Lain." *detiknews*. Accessed August 20, 2024.

<https://news.detik.com/berita-jawa-timur/d-3494824/belum-punya-merek-produk-sepatu-mojokerto-populer-di-daerah-lain>.

Cahyanti, Noer Aini Mery, Valiza Eka Putri, Dewy Listiyani, Fitri Eka Vayuni, Rusdi Hidayat Nugroho, and Maharani Ikaningtyas. "Pemanfaatan Strategi Digital Marketing Dalam Upaya Pengembangan Bisnis UMKM Pada E-Commerce Shopee." *Economics And Business Management Journal (EBMJ)* 3, no. 01 (2024): 451–58.

Chaffey, Dave, and Fiona Ellis-Chadwick. *Digital Marketing*. Pearson UK, 2019.

D., Rahmayanti, and Fauzan R. "Emotional Engagement Dan Loyalitas Pelanggan Toko Online Dalam Komunikasi Digital." *Jurnal Komunikasi Bisnis Digital* 3, no. 1 (n.d.): 65–74.

Dari, Septi Wulan, and Vicky F. Sanjaya. "Pengaruh Iklan E-Commerce Shopee Di Youtube Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa." *RIKAZ*, 2024, 27–35.

Dessler, Gary. *Fundamentals of Human Resource Management*. Pearson, 2020.

<https://thuvienso.hoasen.edu.vn/handle/123456789/12641>.

Devi, Alia Candra, and Uus MD Fadli. "Analisis Keputusan Pembelian Produk E-Commerce Shopee Di Kalangan Mahasiswa Universitas Buana Perjuangan Karawang." *Journal of Student Research* 1, no. 5 (2023): 113–23.

Durahman, Syarif, Muhammad Syaifulloh, Wahyu Wibowo, and Akbar Nuur Purnama Darma Wahana. "Pengaruh Publisitas, Penjualan Tatap Muka Dan Hubungan Masyarakat Terhadap Volume Penjualan Rumah." *Journal of Economic and Management (JECMA)* 2, no. 2 (2020): 53–63.

- E Kennedy, John, and R Dermawan Soemanegara. "*Marketing Communication Taktik Dan Strategi*",. Jakarta: PT. Buana Ilmu Populer, 2006.
- F, Sulianta. "*IT Ergonomics*." Jakarta: PT. Elex Media Komputindo, 2012.
- Firmansyah, Anang. "*Communication Marketing*." Pasuruan: Qiara Media 3 (2020). https://www.researchgate.net/profile/Muhammad-Firmansyah-4/publication/342644678_Buku_Komunikasi_Pemasaran/links/5efe789b299bf18816fcce6a/Buku-Komunikasi-Pemasaran.pdf.
- Fitri, Nila. "Pengaruh Harga Terhadap Volume Penjualan Pada Toko Sam Bicycle Di Kelurahan Simpang Baru Kecamatan Tampan Menurut Perspektif Ekonomi Syariah." PhD Thesis, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, 2020. <http://repository.uin-suska.ac.id/29724/>.
- Freddy, Rangkuti. *Measuring Costumer Satisfaction : Teknik Mengukur Dan Strategi Meningkatkan Kepuasan Pelanggan*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2010.
- Furchan, Arif. *Pengantar Penelitian Dalam Pendidikan*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2005.
- Ghony, Djunaidi, and Fauzan Almansur,. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Yogyakarta: Ar-Ruzz Media, n.d.
- Haque-Fawzi, Marissa Grace, Ahmad Syarief Iskandar, Heri Erlangga, and Denok Sunarsi. *STRATEGI PEMASARAN Konsep, Teori Dan Implementasi*. Pascal Books, 2022.
- Hardani, Nur Hikmatul Auliya, Helmina Andriani, Roushandy Asri Fardani, Jumari Ustiawaty, Evi Fatmi Utami, Dhika Juliana Sukmana, and Ria Rahmatul

- Istiqomah. *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*. Yogyakarta: CV. Pustaka Ilmu Group, 2020.
- Hardiyanti, Cici. ““Strategi *Communication Marketing* Amartasasad Dalam Menarik Minat Beli Konsumen.”” UIN Sunan Ampel Surabaya, 2021. h.
- Harmayani, Durahman Marpaung, Amir Hamzah, Neni Mulyani, and Jeperson Hutahaen. “*E-Commerce: Suatu Pengantar Bisnis Digital*.” Yayasan Kita Menulis, 2020.
- Hennig-Thurau, Thorsten, Kevin P. Gwinner, and Dwayne D. Gremler. “Understanding Relationship *Marketing* Outcomes: An Integration of Relational Benefits and Relationship Quality.” *Journal of Service Research* 4, no. 3 (February 2002): 230–47.
- Hidayah, Ida, Teguh Ariefiantoro, Dwi Widi Pratito Sri Nugroho, and Edy Suryawardana. “Analisis Strategi Bauran Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan (Studi Kasus Pada Pudanis Di Kaliwungu).” *Solusi* 19, no. 1 (2021). <http://journals.usm.ac.id/index.php/solusi/article/view/3001>.
- Huang, Guanxiong. “Platform Variation and Content Variation on Social Media: A Dual-Route Model of Cognitive and Experiential Effects.” *Journal of Promotion Management* 26, no. 3 (April 15, 2020): 396–433. <https://doi.org/10.1080/10496491.2019.1699633>.
- Husein, Umar. *Riset Sumber Daya Manusia*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Umum, 2005.
- Indonesia, Badan Pusat Statistik. “Statistik *E-Commerce* 2022.” Accessed May 28, 2024.

<https://www.bps.go.id/id/publication/2022/12/19/d215899e13b89e516caa7a44/statistik-E-Commerce-2022.html>.

J. Moleong, Lexy. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2000.

Kangean, Sharen, and Farid Rusdi. "Analisis Strategi *Communication Marketing* Dalam Persaingan E-Commrece Di Indonesia." *Prologia* 4, no. 2 (2020): 280–87.

Kartikawati, Siti. "Pengaruh Iklan, Promosi Penjualan, Hubungan Masyarakat, Penjualan Personal Dan Pemasaran Langsung Terhadap Ekuitas Merek Indomaret (Studi Kasus Masyarakat Indomaret Di Kota Bogor)." *Jurnal GICI Jurnal Keuangan Dan Bisnis* 13, no. 2 (2021): 37–52.

Khaidir, Kemal. "Strategi *Communication Marketing* Dalam Meningkatkan Jumlah Pengguna Jasa Pada PT Sahara Kafila Wisata Di Jakarta." B.S. thesis, Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Syarif ..., 2022. <https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/61898>.

Kotler, Philip. *Manajemen Pemasaran Dengan Pemasaran Efektif Dan Pofitable In. II*. Jakarta: Gramedia Pusat Utama, 2000. "*Manajemen Pemasaran Jilid 2.*" Jakarta: Erlangga, 2013.

Kotler, Philip, and Gery Amstrong. *Principle of Marketing*. Jakarta: Erlangga, 2014..

Kotler, Philip, and Kevin Lane Keller. "Manajemen Pemasaran, Jakarta: Erlangga." *Laksana. Terjemahan Fajar* 79 (2009).

- Kotler, Philip, Kevin Lane Keller, Mairead Brady, Malcolm Goodman, and Torben Hansen. *Marketing Management 3rd Edn PDF eBook*. Pearson Higher Ed, 2016.
- Lamb, Charles W., Joe F. Hair, and Carl McDaniel. *Marketing*. Cengage Learning, 2012.
- Luthans, Fred. "Organizational Behavior an Evidence-Based Approach Twelfth Edition." MC graw hill, 2011.
- Machfoedz, Mahmud. "*Communication Marketing Modern*." Yogyakarta: Cakra Ilmu, 2010.
- Mardawati, Weni. "Pengaruh Konten Instagram@ Afgankoffie Terhadap Minat Pembeli Coffee Di Afgan Koffie Pekanbaru." PhD Thesis, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, 2022. <https://repository.uin-suska.ac.id/60544/>.
- McKinsey, Company. "*E-Commerce Trends in Southeast Asia during Shopping Festivals*," 2021.
- Memarista, Gesti, Erick Teofilus Gunawan, and Natalia Kristina. "*E-Commerce Usage and Indonesian Msme's Performance*." *JMBI UNSRAT (Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis Dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi)*. 10, no. 2 (2023): 846–60.
- "Mengenai Shopee Mall | Pusat Edukasi Penjual Shopee Indonesia." Accessed June 10, 2024. <https://seller.shopee.co.id/edu/article/6875>.
- Morrison. *Periklanan Communication Marketing Terpadu*. Jakarta: Kencana, 2015.

Nabilah, Putri. “Pengaruh Viral *Marketing*, Brand Awareness dan Lokasi Terhadap Proses Keputusan Pembelian Konsumen” 04, no. 02 (2024).

Nasution, Ernawati. “Motivasi Kerja Dalam Meningkatkan Produktivitas Kerja Pegawai Fakultas Dakwah IAIN Ar-Raniry.” *Jurnal Al-Bayan: Media Kajian Dan Pengembangan Ilmu Dakwah* 20, no. 1 (2014). <https://jurnal.ar-raniry.ac.id/index.php/bayan/article/view/110>.

Natalia, Priccila, and Mumuh Mulyana. “Pengaruh Periklanan Dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian.” *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan* 2, no. 2 (2014): 119–28.

“Nielsen Annual *Marketing* Report: Era of Adaptation | Nielsen.” Accessed May 17, 2025. <https://www.nielsen.com/insights/2021/nielsen-annual-marketing-report-era-of-adaptation/>.

Nugroho, Yulianto Adi. “Desa Jambuwok, Kecamatan Trowulan Industri Alas Kaki Jadi Pendongkrak Ekonomi - Radar Mojokerto.” Desa Jambuwok, Kecamatan Trowulan Industri Alas Kaki Jadi Pendongkrak Ekonomi - Radar Mojokerto. Accessed August 20, 2024. <https://radarmojokerto.jawapos.com/kelana-desa/824609364/desa-jambuwok-kecamatan-trowulan-industri-alas-kaki-jadi-pendongkrak-ekonomi>.

Nuraini, Roswanda, Aan Fadillah Putra, Naza Sefti Prianita, and Edora Edora. “Pemanfaatan Fitur *Live Streaming* Untuk Meningkatkan Penjualan Produk Gio Saverino Di Shopee *Live*.” *Karya: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* 4, no. 2 (2024): 106–12.

- Panuju, Redi. *Communication Marketing: Pemasaran Sebagai Gejala Komunikasi Komunikasi Sebagai Strategi Pemasaran*. Prenada Media, 2019..
- Porter, Michael E. "The Five Competitive Forces That Shape Strategy." *Harvard Business Review* 86, no. 1 (2008): 78.
- Prasetia, Andreas. "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Persaingan Dan Pertumbuhan Pasar: Budaya, Sosial, Personal (Suatu Literature Review)." *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan* 2, no. 4 (2021): 442–62.
- Pulizzi, Joe. *Epic Content Marketing*. McGraw-Hill Publishing New York, NY, USA, 2013.
- Radiansyah, Egi, and Rahmi Reza. "Pengaruh Pemasaran Interaktif Terhadap Risiko Dan Pembelian Impulsif Konsumen Skintific Di Kalianda." *Edu Society: Jurnal Pendidikan, Ilmu Sosial Dan Pengabdian Kepada Masyarakat* 5, No. 1 (2025): 725–36.
- Revandi, Frashiva Rizaldi. "Pengaruh Strategi *Communication Marketing* Pada Brand 'Crsl Store' Dalam Pembentukan Brand Awareness Terhadap Minat Beli Konsumen," 2022. <https://dspace.uui.ac.id/handle/123456789/40661>.
- Robbins, Stephen P., and A. Timothy A. Judge. "Organizational Behavior. 18th Editi. New York City, NY." USA: Pearson, 2019.
- Saiman, Leonardus. "*Kewirausahaan Teori Praktik Dan Kasus-Kasus*." Jakarta: Salemba Empat, 2012.
- Sandu, Siyatno. *Dasar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Literasi Media Penelitian, 2015.
- "Selamat Datang :: Pemerintah Kota Mojokerto." Accessed August 20, 2024.

- Soeharsimi, Arikunto. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta, 2007.
- Sugiyono. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta, 2010. *Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: Alfabeta, n.d.
- Sulianta, Feri. *Literasi Digital Tingkat Lanjut-E-Commerce*. Feri Sulianta. Accessed May 17, 2025.
- Swastha, Basu. *Manajemen Pemasaran Analisa Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: BPFE, 2008. *Manajemen Pemasaran Modern*. Vol. I. Yogyakarta: In Liberty, 2008.
- Swastha, Basu, and Irawan. *Manajemen Pemasaran Modern*. II. Yogyakarta: Liberty Offset, 2003.
- T. M., Simatupang, and Widjaja T. "Strategi Bertahan UMKM Di Tengah Persaingan Produk Fashion. Jurnal Riset Bisnis Dan Ekonomi," (3), 13 (n.d.): 142–51.
- "The Evolution and Future of Retailing and Retailing Education - Dhruv Grewal, Scott Motyka, Michael Levy, 2018." Accessed May 17, 2025. <https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/0273475318755838>.
- Tjiptono, Fandy. *Strategi Pemasaran*. Malang: Bayu Media Publishing, 2. *Strategi Pemasaran Edisi 4*. Andi Offset, 2015.
- Turban. "*Electronic Commerce*." United State: Pearson, 2012.
- Vargo, Stephen L., and Robert F. Lusch. "Evolving to a New Dominant Logic for Marketing." In *The Service-Dominant Logic of Marketing*, 3–28. Routledge,

2014.

<https://www.taylorfrancis.com/chapters/edit/10.4324/9781315699035-2/evolving-new-dominant-logic-marketing-stephen-vargo-robert-lusch>.

Wijoyo, Hadion, Yoyok Cahyono, Aris Ariyanto, and Fery Wongso. “Digital Economy Dan Pemasaran Era New Normal.” *Insan Cendekia Mandiri*, 2020.

<https://ojs.stmikdharmapalariau.ac.id/index.php/repository/article/view/593/343>.

Wulandari, Rizka Agustin, Pawana Nur Indah, and Dona Wahyuning Laily. “Analisis Pengaruh Segmentasi Pasar Terhadap Peningkatan Volume Penjualan Pada Swakarja Coffe Space Di Gresik.” *Agridevina: Berkala Ilmiah Agribisnis* 13, no. 2 (2024): 123–33.

Yusuf, A. Muri. *Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan Penelitian Gabungan*. Jakarta: Fajar Interpretama Mandiri, 2017.