

DAFTAR PUSTAKA

- Abrilia, (2020), *Pengaruh Persepsi Kemudahan Dan Fitur Layanan Terhadap Minat Menggunakan E-Wallet Pada Aplikasi Dana Di Surabaya*. Gayungan.
- Aida, (2021), *Analisis Strategi Pemasaran Dalam Upaya Meningkatkan Omzet Penjualan Pada Raihan Studio Di Martapura* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Kalimantan MAB).
- Anastasia & Nadya, (2020), *Pengaruh Penggunaan ShopeePay Dalam Digital Marketing Pada Masyarakat*. Erlangga.
- Angela, (2020), "Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan E-Commerce Shopee Terhadap Kepuasan Konsumen Shopee Indonesia Pada Mahasiswa FE UII Pengguna Shopee". *Jurnal Pariwisata* Volume 4, Nomor ..
- Anggraeni, A (2021), "Pengaruh E-Commerce dalam Pemasaran di Aplikasi Shopee", *Jurnal Ecobisma*. Volume 6 Nomor 2.
- Ayu W.F, (2021), "Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan E-Commerce Shopee Terhadap Kepuasan Konsumen Shopee Indonesia Pada Mahasiswa FE UII Pengguna Shopee". Erlangga.
- Chaffey, D (2015) "Digital Business and E-Commerce Management, Strategy, Implementation, and Practice." *England: Pearson Education Limited*.
- Chandra, (2020), "Penerapan Digital Marketing dalam Pemasaran di Indonesia" *Jurnal Manajemen dan Komunikasi* Volume 4 Nomor 2, Bandung.
- Fitriah, (2018), "*Strategi Konunikasi Pemasaran dalam Shopee sebagai Digital Marketing*", Erlangga.
- Harlim, (2022), "*Pengaruh Digital Marketing dan Kualitas Layanan terhadap Keputusan Pembelian Makanan Melalui Aplikasi Layanan Shopee Food di Jakarta*". Erlangga.
- Hermawan (2022), "Analisis Strategi Digital Marketing Dalam Meningkatkan Komunikasi Pemasaran Pada Aplikasi Shopee", *Jurnal FISIP Universitas Negeri Jakarta* Volume 6 Nomor 4.
- Humaira Sarkonah, (2018), "Pengaruh Konunikasi Pemasaran Terhadap Pembelian Pada Aplikasi Shopee", *Jurnal Ecobisma*. Volume 4 Nomor 2.
- Intan, (2019), "*Pengaruh Personal Selling dalam Strategi Pemasaran Melalui Digital Marketing*", Salemba
- Kamil, (2021), "*Creative Digital Marketing*", Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Kurniawan, (2021), "Faktor Cashback Dalam Penggunaan Fitur Pembayaran Go-Pay Melalui Aplikasi Go-Jek Di Burger King Central Park." *Sadar Wisata: Jurnal Pariwisata* Volume 4, Nomor 1
- Kotler & Keller, (2016), "*Strategi Pemasaran Konsep, Teori dan Implementasi*". Erlangga.
- Morison, (2020), "*Strategi Komunikasi Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*", Elex Media Komputindo.
- Nurngaeni, A (2021) "Analisis Strategi Pemasaran Dengan Pendekatan Marketing Mix", *HISTORIS : Jurnal Manajemen dan Ekonomi*, Vol 4, No 2, 192-194
- Maghfira, N (2019) "Pengaruh Kualitas Barang Terhadap Keputusan Pembelian Pada Aplikasi Shopee (Studi Kasus Pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi

- Universitas Negeri Makassar”. Universitas Negeri Makassar.
- Prasetyo W.A, (2023), *Penerapan Digital Marketing*, Edulitera.
- Renggawati, H & Yuyun (2020), “Analisis Pelaksanaan Digital Marketing pada UMKM Tahu Rohmat di Kuningan”, *HISTORIS : Jurnal Komunikasi Universal*, Vol 2, No 1, 29-30.
- Nurvitasari, E., & Dwija, (2021), “Pengaruh Persepsi Kemudahan, Fitur Layanan Dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan Aplikasi Shopee” (Studi Pada Pengguna Aplikasi Shopee Fitur) *Jurnal Vokasi Administrasi Bisnis*, Volume 4, Nomor 2.
- Nadhilah Putra, (2021), “Efektivitas Penggunaan E-Wallet Dikalangan Mahasiswa Dalam Proses Menentukan Keputusan Pembelian”. *Journal of Economic, Management, and Accounting* . Volume 4, Nomor 2.
- Kotler, (2022), *Manajemen Pemasaran di Indonesia : Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian*, Salemba Empat.
- Rahmatika, U. & Fajar, (2019), Faktor - Faktor Yang Mempengaruhi Minat Penggunaan Electronic Money: *Integrasi Model Tam*.
- Thidi, (2022), “*Prestasi Shopee Situs Marketplace Yang Mampu Bersaing Dalam Waktu Singkat*”. Salemba Empat.
- Zahra H.N, (2022) “*Penggunaan Instagram Sebagai Bentuk Eksistensi Diri*”, Makalah non seminar, Universitas Indonesia.