

DAFTAR PUSTAKA

- Chaffey, D., & Smith, P. R. (2005). *E-marketing excellence; the heart of e-business*. Oxford: Heinemann.
<https://www.pdfdrive.com/download.pdf?id=185131640&h=3c7d24f283f2ab74eb637545884fdb42&u=cache&ext=pdf>
- Damayanti, A. (2018). *Strategi Iklan Online*. Ponorogo: Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Diakses dari
<http://etheses.iainponorogo.ac.id/3856/1/astri%20upload.pdf>
- Durianto, D. (2004). *Strategi Menaklukan Pasar Melalui Riset dan Ekuitas dan Perilaku Merek*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama. Diakses dari
<https://books.google.co.id/books?id=bfhUJTSbapEC&printsec=frontcover&hl=id#v=onepage&q&f=false>
- Ghozali, I. (2016). *Uji Kelayakan Model Uji F, Uji T dan Koefisien Determinasi*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Diakses dari
[http://repo.darmajaya.ac.id/742/4/BAB III.pdf](http://repo.darmajaya.ac.id/742/4/BAB%20III.pdf)
- Heidrick & Struggles, J. E. (2009). *The Adoption of Digital Marketing in Financial Service Under Crisis*. *Bulletin of the Transilvania University of Braşov (Vol. 2(51), page. 6*. Diakses dari
<https://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.457.3433&rep=rep1&type=pdf>
- Hermawan, A. (2012). *Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
http://lib.unika.ac.id/index.php?p=show_detail&id=49275
- Indonesia. Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi. (2021). *Daftar Program Studi*. Diakses pada Juni 19, 2021, dari
https://pddikti.kemdikbud.go.id/data_pt/RTVFNzg2RkItQjhBNy00OUU2LUJBRDgtM0Q4RThFMEE0RUJG
- Kontak. (2017, Januari 21). *Alamat dan Telepon Shopee Indonesia*. Diakses dari
<https://kontak.win/shopee-indonesia/>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2016). *Marketing an Introduction (13th ed.)*. Jakarta: Pearson. Diakses dari
<https://www.pdfdrive.com/download.pdf?id=200727955&h=352401ca5cba69b7df65a59f77369702&u=cache&ext=pdf>

- Kusumaningrum, D. (2017, Maret 17). *Ini Cara Shopee Rebut Hati Konsumen*. Diakses dari <https://www.wartaekonomi.co.id/read134351/ini-cara-shopee-rebut-hati-konsumen>
- Mor, N. Y. (2017). *Pengaruh Beauty Vlogger Sebagai Celebrity Endorser Terhadap Niat Beli Dengan Asosiasi Merek Sebagai Intervening Variabel*. Universitas Sanata Dharma. Diakses dari https://repository.usd.ac.id/11597/2/132214200_full.pdf
- Muhamin, Y. (2019). *Pengaruh Iklan Digital Dan Kesadaran Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pada Perusahaan JD.ID Universitas Sumatra Utara*. Universitas Sumatra Utara. Diakses dari <http://repository.uma.ac.id/bitstream/123456789/10813/1/158320050%20-%20Yahya%20Muhaimin%20-%20Fulltext.pdf>
- Nahartyo, E. (2013). *Desain dan Implementasi Riset Eksperimen* (2nd ed.). Yogyakarta: UPP STIM YKPN.
- Nanicova, N. (2019). *Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Noach Cafe and Bistro*. *Agora*, Vol.7 No.2. Diakses dari <https://media.neliti.com/media/publications/287057-pengaruh-kualitas-layanan-terhadap-kepua-8824929f.pdf>
- Rangkuti, F. (2004). *Manajemen Persediaan Aplikasi di Bidang Bisnis*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Sanjaya, R., & Tarigan, J. (2009). *Creative Digital Marketing*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo. Diakses dari <https://books.google.co.id/books?id=F9NBDwAAQBAJ&printsec=frontcover#v=onepage&q&f=false>
- Solusi E-Commerce. (2020, Agustus 19). *Menilik Tren Perkembangan E-Commerce Indonesia di 2020*. Diakses dari <https://www.sirclo.com/menilik-tren-perkembangan-e-commerce-indonesia-di-2020/>
- Sugiyono, P. (2015). *Metode penelitian kombinasi (mixed methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Surachman. (2008). *Dasar-Dasar Manajemen Merek (Alat Pemasaran Untuk Memenangkan Persaingan)*. Malang: Bayumedia Publishing.
- Suryana. (2009). *Mengapa Koefisien Determinasi Bisa Kecil*. Diakses dari <https://statistikaterapan.com/2009/01/22/mengapa-koefisien-determinasi-bisa-kecil/>

TOP BRAND INDEX. *TOP BRAND GEN-Z INDEX 2021*. Diakses pada Juli 28, 2021, dari <https://www.topbrand-award.com/top-brand-index/>

Yunita, D., Nazaruddin, A., & Nailis, W. (2019). *Pengaruh Youtube Advertising terhadap Brand Awareness dan Purchase Intention*. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, Vol. 7 No.1. Diakses dari <https://doi.org/10.26905/jmdk.v7i1.2538>

