

Daftar Pustaka

- Agus, H. (2013). *Promosi dalam Prioritas Kegiatan Pemasaran*. PT. Buku Seru.
- Ali, K. (2020). Pengaruh Promosi Melalui Media Sosial Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Konsumen Memilih Wedding Organizer (Studi Pada Konsumen Art Project Lampung di Kecamatan Trimurjo Lampung Tengah). *Jurnal Manajemen Dan Bisnis (JMB)*, 1(2), 11–24.
<https://doi.org/10.57084/jmb.v1i2.453>
- Ayunda, W, Achmad, DH, & Dahlan, F. (2013). Analisis Hubungan Promosi Penjualan Dengan Pencapaian Penjualan. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 4(2), 1–8.
<http://administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id/index.php/jab/article/view/176>
- Cangara, H. (2004). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Kencana Prenada Media Group.
- Effendy. (2003). *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*. Citra Aditya Bakti.
- Farhan, K. (2024). *Data Pengguna Internet di Indonesia 2024 Meningkat Drastis*. Inilah.Com. <https://www.inilah.com/data-pengguna-internet-di-indonesia-2024>
- Fauziah, F., Wang, Z., & Joy, G. (2022). Knowledge Management Strategy for Handling Cyber Attacks in E-Commerce with Computer Security Incident Response Team (CSIRT). *Journal of Information Security*, 13(04), 294–311.
<https://doi.org/10.4236/jis.2022.134016>
- Ghozali, I. (2019). *Desain Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif*. Universitas Diponegoro.
- Iip, M. (2023). *E-Commerce Paling Banyak Dikunjungi Sepanjang 2023*. GoodStats. <https://goodstats.id/infographic/e-commerce-paling-banyak-dikunjungi-sepanjang-2023-aVFg5>

- Irham. (2023). *Riset: Masyarakat Indonesia Makin Suka Belanja Online*. Jagat Review. riset: Masyarakat Indonesia Makin Suka Belanja Online
- J Paul, Peter dan Olson, J. . (2014). *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Salemba Empat.
- Kotler & Gery Armstrong. (2014). *Prinsip-prinsip Pemasaran* (Terjemahan Bob Sebran (ed.); Edisi 12 J). Erlangga.
- Kotler & Keller. (2012). *Manajemen Pemasaran* (Edisi 12). Erlangga.
- Kotler & Philip. (2008). *Manajemen Pemasaran*. PT. Prenhalindo Indonesia.
- Kotler, P. (2004). *Manajemen Pemasaran* (Edisi Mile). Indeks.
- Lina, & Rosyid, H. F. (1997). PERILAKU KONSUMTIF BERDASAR LOCUS OF CONTROL PADA REMAJA PUTRI Lina. *Psikologika*, 2(4), 5–13.
journal.uui.ac.id
- Muchson, M. (2017). *Statistik Deskriptif*. Guepedia.
- Rahmat, P. S. (2019). FENOMENA CARA BELANJA ONLINE SHOP DI KALANGAN MAHASISWA (Studi Kasus: Mahasiswa Prodi Pendidikan Ekonomi UNIKU). *Equilibrium: Jurnal Penelitian Pendidikan Dan Ekonomi*, 16(01), 82–91. <https://doi.org/10.25134/equi.v16i01.2020>
- Sari, C. A. (2015). Perilaku Berbelanja Online Di Kalangan Mahasiswi Antropologi Universitas Airlangga. *Jurnal Antro Unair*, 4(2), 205–216.
<http://journal.unair.ac.id/download-fullpapers-auna97cbdaabbfull.pdf>
- Solomon, M. R. (2008). *Consumer Behavior 8th* (Pearson).
- Sugiyono. (2009). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif*. CV. Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. CV. Alfabeta.

Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. CV. Alfabeta.

Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. CV. Alfabeta.

Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. CV. Alfabeta.

Wikipedia. (2023). *Shopee*. Wikipedia. <https://id.wikipedia.org/wiki/Shopee>