

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku:

- Dr. Dikdik Harjadi, S. E. M. S., & Iqbal Arraniri, S. E. I. M. M. (2021). *Experiential Marketing & Kualitas Produk dalam Kepuasan Pelanggan Generasi Milenial*. Penerbit Insania.
- Indrasari, M., & Press, U. (2019). *PEMASARAN DAN KEPUASAN PELANGGAN: pemasaran dan kepuasan pelanggan*. Unitomo Press.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2018). *Marketing Management (15th edition)*. Pearson Education.
- Prasetio, A., Ashoer, M., Hutahaean, J., & Simarmata, J. (2021). *Konsep Dasar ECommerce*.
- Nora Anisa Br. Sinulingga, S. E. M. M., Dr. Hengki Tamando Sihotang, M. K., & Sihotang, D. (2023). *Perilaku Konsumen: Strategi dan Teori*. IOCS Publisher.
- Sudarsono, H. (2020). *Manajemen Pemasaran*. Pustaka Abadi.
- Priansa. (2017). *Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Alfabeta.
- Vera Selvina Adoe, S. P. M. M., Marnida Yusufiana, S. P. M. P., Ayu Diana, S. P. M. P., Renny Lubis, S. T. M. M., & Muchsin Harahap, S. T. M. T. (2022). *BUKU AJAR E-COMMERCE*. Feniks Muda Sejahtera.
- Yayasan Kita Menulis.

### Jurnal:

- Arifianto, D., Umilasari, R., & Wahyudi, E. (2020). Pemanfaatan Media Sosial dan Marketplace Untuk Meningkatkan Pemasaran Produksi UMKM Bonpay Dan Arumfood. *Jurnal Pengabdian Masyarakat IPTEKS*, 6(2), 155-160.
- Manik, E., Suryawardani, B., Oktafani, F., Sari, D. A. P. Widiyawati, W., Pidola, V. A., Susi yanto, S., Zulfikar, M., & Febrianty, F. (2022). *MANAJEMEN PEMASARAN KONTEMPORER (TEORI DAN PRAKTIS)*. In M. T. Rambe (Ed.), *CV WIDINA MEDIA UTAMA*. CV WIDINA MEDIA UTAMA.
- Murdana, Y. T., & Suryawardani, B. (2019). Pengaruh Sosial Media Marketing Melalui Instagram Terhadap Brand Awareness Pada PT. Dealpro Indonesia Bandung 2019. *Manajemen Pemasaran* 5(2), 847–851.
- Priansa, D. J., & Suryawardani, B. (2020). Effects of E-marketing and social media marketing on E-commerce shopping decisions. *Jurnal Manajemen Indonesia*, 20(1), 76-82.

- Puspitarini, Dinda Sekar dan Reni Nuraeni. (2019). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi (Studi Deskriptif Pada Happy Go Lucky House). *Jurnal Common*, Vol. 3, No.1 Juni.
- Ramdani, A. F., Mustikasari, A., & Suryawardani, B. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pt. Rajawali Nusindo Cab. Bandung Di Wilayah Bandung. *eProceedings of Applied Science*, 5(2).
- UTAMA, R. P. (2022). KEPUTUSAN PEMBELIAN DITINJAU DARI ONLINE CUSTOMER REVIEW, PENGGUNAAN SOSIAL MEDIA, DAN BRAND TRUST ONLINE SHOP SHOPEE DI SURAKARTA. KEPUTUSAN PEMBELIAN DITINJAU DARI ONLINE CUSTOMER REVIEW, PENGGUNAAN SOSIAL MEDIA, DAN BRAND TRUST ONLINE SHOP SHOPEE DI SURAKARTA.
- Sari, W. (2022). PENGARUH KUALITAS INFORMASI, KEPERCAYAAN DAN ULASAN PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN (Studi pada Pengguna Shopee di Jakarta Timur) (*Doctoral dissertation*, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia).
- Suryawardani, B., & Wulandari, A. (2020). Determinant factors of customers switching behavior to customer satisfaction and loyalty in online transportation users in bandung. *JDM (Jurnal Dinamika Manajemen)*, 11(1), 12-26.
- Thaib, E. J. (2021). Problematika Dakwah di Media Sosial. *Insan Cendikia Mandiri*.
- Yovita, L. I., & Madiawati, P. N. (2019). Pengaruh *Brand Image*, *Brand Awareness* Dan *Brand Trust* Terhadap Loyalitas Konsumen Kental Manis Frisian Flag. *eProceedings of Management*.