

DAFTAR PUSTAKA

Book:

- Elvera, & Astarina, Y. (2021). *Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: ANDI.
- Fiantika, F. R., Wasil, M., Jumiyati, S., Honesti, L., Wahyuni, S., Mouw, E., . . . Waris, L. (2022). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Padang: PT. GLOBAL EKSEKUTIF TEKNOLOGI.
- Firmansyah, A. (2020). *Komunikasi Pemasaran*. Pasuruan: CV Penerbit Qiara Media.
- Kotler, P., Keller, K. L., & Chernev, A. (2022). *Marketing Management*. United Kingdom: Pearson Education Limited.
- Mustafidah, H., & Suwarsito. (2021). *Dasar-Dasar Metodologi Penelitian*. Purwokerto: Ump Press.
- Nasution, A. F. (2023). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: CV. Harfa Creative.
- Priansa, D. J. (2021). *Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Bandung: CV Pustaka Setia.
- Rabbani, D. B., Diwyarthi, N. S., Mulyati, Umar, M., Hadawiah, Sari, Y. P., . . . Salehan. (2022). *Komunikasi Pemasaran*. Padang: PT Global Eksekutif Teknologi.
- Ramdhan, M. (2021). *Metode Penelitian*. Surabaya: Cipta Media Nusantara.
- Satriadi, Wanawir, Hendrayani, E., Siwiyanti, L., & Nursaidah. (2021). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Samudra Biru.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D*. Bandung: Alfabeta.
- Wardhana, A. (2021). Konsep Bauran Pemasaran 4P dan 7P. In E. Hendrayani, W. Sitinjak, G. P. Kusuma, D. A. Yani, N. K. Yasa, T. C. Wisataone, . . . N. Hilal, *Manajemen Pemasaran* (pp. 113-123). Bandung: CV Media Sains Indonesia.
- Sitorus, S. A., Romli, N. A., Tingga, C. P., Sukanteri, N. P., Putri, S. E., Ghetta, A. K., . . . Ulfah, M. (2022). *Brand Marketing: The Art of Branding*. Bandung: CV. Media Sains Indonesia.
- Kotler, P., Amstrong, G., & Balasubramanian, S. (2024). *Principles of Marketing*. United Kingdom: Pearson Education Limited.
- Pizam, A., & Godovykh, M. (2022). *Brand Awareness. In Encyclopedia of Tourism Management and Marketing*. United Kingdom: Edward Elgar Publishing.

Jurnal:

- Jasri, Arfan, N., Hasanuddin, & Hasan, d. H. (2022). Penerapan *Digital Marketing* dalam Upaya Peningkatan Pendapatan . *Iltizam Journal of Shariah Economic Research* .
- KHAIRANI, Z. (2022). STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN *ONLINE* (Studi – Membangun *Brand Awareness* Melalui *Content Marketing Store* MARKAZ KAOS KAKI). *UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY BANDA ACEH*.
- Novrizal, Chaidir, M., & Salputri, d. D. (2024). PENGARUH *CONTENT MARKETING* DAN *ONLINE CONSUMER REVIEW* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *FASHION* MELALUI *MARKETPLACE* TIKTOKSHOP (Studi Kasus: Pengguna Aplikasi Tiktok Di Wilayah Jabodetabek) . *JURNAL STUDIA EKONOMIKA*.
- Priyanto, M., & Sudrartono, d. T. (2021). PENGARUH HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ULANG AKSESORIS PAKAIAN DI TOKO MINGKA BANDUNG. *Value Jurnal Ilmiah Akuntansi Keuangan dan Bisnis* .
- Triani, A., & Dewi, d. L. (2023). Strategi *Marketing Communication* Seca Sebagai *Brand* Lokal Dalam Membangun *Brand Awareness* . *Jurnal Representamen* .
- R, C. K., & Samydoss, C. (2024). *Brand Awareness: Understanding its Role in Sales, Consumer Intentions, and Decision Making*. *International Journal of Scientific Research and Engineering Development*.
- Ardian, A. K., & Djuwita, A. (2024). Pemanfaatan *Marketing Communication* Dalam Membangun *Brand Awareness* Toko Suara Hati . *e-Proceeding of Management* .
- Aurellia, S., & Oktavianti, R. (2023). Strategi Komunikasi Pemasaran dalam Meningkatkan *Brand Awareness* Pembeli di Perusahaan Retail . *Kiwari*.
- Belinda, A., & Loisa, R. (2019). Komunikasi Pemasaran dalam Membangun *Brand Awareness* (Studi Kasus Partipost) . *Prologia*.

Website:

- Ahdiat, A. (2023, Oktober 11). Tren Pengunjung *E-Commerce* Kuartal III 2023, Shopee Kian Melesat. Diambil kembali dari databoks.katadata.co.id: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/10/11/tren-pengunjung-e-commerce-kuartal-iii-2023-shopee-kian-melesat>
- Dominasi Pasar *E-Commerce*, Shopee Unggul dari Para Pemain Lain. (2023, Juni 26). Diambil kembali dari [cnnindonesia.com: https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20230626105528-97-966554/dominasi-pasar-e-commerce-shopee-unggul-dari-para-pemain-lain](https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20230626105528-97-966554/dominasi-pasar-e-commerce-shopee-unggul-dari-para-pemain-lain)
- Impact of Technology on Digital Marketing*. (2023, Desember 7). Diambil kembali dari [vajraglobal.com: https://vajraglobal.com/blogs/impact-of-technology-on-digital-marketing/](https://vajraglobal.com/blogs/impact-of-technology-on-digital-marketing/)
- Lane, A. (2019, Maret 1). *What is Technology?* Diambil kembali dari [open.edu: https://www.open.edu/openlearn/science-maths-technology/engineering-technology/what-technology](https://www.open.edu/openlearn/science-maths-technology/engineering-technology/what-technology)
- Sejarah *Digital Marketing* di Indonesia dan cara menggunakan untuk Meningkatkan Penjualan. (2023, Februari 16). Diambil kembali dari [akeyodia.com: https://akeyodia.com/sejarah-digital-marketing-di-indonesia-dan-cara-untuk-meningkatkan-penjualan/](https://akeyodia.com/sejarah-digital-marketing-di-indonesia-dan-cara-untuk-meningkatkan-penjualan/)
- Annur, C. M. (2022, Juli 6). *Survei Jakpat: Shopee Rajai Penggunaan Live Shopping* di Indonesia. Diambil kembali dari [databoks.katadata.co.id: https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/07/06/survei-jakpat-shopee-rajai-penggunaan-live-shopping-di-indonesia](https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/07/06/survei-jakpat-shopee-rajai-penggunaan-live-shopping-di-indonesia)
- Kadir, S. (2023, Agustus 03). Sejarah Singkat *Live Shopping*, Banyak Digunakan Jarang Diketahui. Diambil kembali dari [manado.pikiran-rakyat.com: https://manado.pikiran-rakyat.com/ragam/pr-2366953126/sejarah-singkat-live-shopping-banyak-digunakan-jarang-diketahui?page=all](https://manado.pikiran-rakyat.com/ragam/pr-2366953126/sejarah-singkat-live-shopping-banyak-digunakan-jarang-diketahui?page=all)