

## DAFTAR PUSTAKA

- Agustien, P. A., & Iskandar, D. A. (2022). Pengaruh Harga Dan Customer Review Terhadap Minat Beli Produk Mascara Maybelline pada Pengguna Shopee Mall Indonesia di Jakarta. *Jurnal ...*, 6(3), 5061–5064.  
<http://journal.upy.ac.id/index.php/pkn/article/view/3880>
- Annur, C. M. (2021). *Mayoritas gamers Indonesia habiskan waktu 4 sampai 7 jam per minggu*. Databoks. <https://databoks.katadata.co.id/layanan-konsumen-kesehatan/statistik/0559d7c6314c549/mayoritas-gamers-indonesia-habiskan-waktu-4-sampai-7-jam-per-minggu>
- Darmawan, E. S. (2022, January 31). *Hasil Riset Ipsos: Shopee jadi E-Commerce yang Paling Banyak Digunakan pada 2021*. Kompas.Com.  
[https://money.kompas.com/read/2022/01/31/204500426/hasil-riset-ipsos-shopee-jadi-e-commerce-yang-paling-banyak-digunakan-pada#google\\_vignette](https://money.kompas.com/read/2022/01/31/204500426/hasil-riset-ipsos-shopee-jadi-e-commerce-yang-paling-banyak-digunakan-pada#google_vignette)
- Dihni, V. A. (2022). *Jumlah Gamers Indonesia Terbanyak Ketiga di Dunia*. Katadata. <https://databoks.katadata.co.id/teknologi-telekomunikasi/statistik/950b8ba78451f97/jumlah-gamers-indonesia-terbanyak-ketiga-di-dunia>
- Fachrina, R., & M.Nawawi, Z. (2022). Pemanfaatan Digital Marketing (Shopee) Dalam Meningkatkan Penjualan Pada UMKM Di Marelan. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Perbankan Syariah (JIMPA)*, 2(2), 247–254.  
<https://doi.org/10.36908/jimpa.v2i2.75>
- Fadli, M. R. (2021). Memahami desain metode penelitian kualitatif. *Humanika*, 21(1), 33–54. <https://doi.org/10.21831/hum.v21i1>
- Ferdinand, A. (2014). *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian Untuk Penulisan Skripsi, Tesis, dan Disertasi Ilmu Manajemen*. Univ. Diponegoro Press.
- Firmansyah, A. (2020). *Komunikasi Pemasaran*. Qiara Media.
- GoodStats. (2022). *Platform E-Commerce Pilihan Masyarakat Indonesia 2022*. GoodStats.Id. <https://goodstats.id/infographic/platform-e-commerce-pilihan-masyarakat-indonesia-2022-KyEJi>
- Hermansyah, T., & Qolbi, N. (2023). Pengaruh Pembayaran Cod (Cash On Delivery) Terhadap Minat Beli Pada E-Commerce Shopee. *Jurnal AL-AMAL*, 2(1), 35–42.

- Kangean, S., & Rusdi, F. (2020). Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran dalam Persaingan E-Commrece di Indonesia. *Prologia*, 4(2), 280. <https://doi.org/10.24912/pr.v4i2.6504>
- Kelvin, K., & Novani, S. (2023). Strategic Decision Analysis To Manage Competitive Advantage For Shopee Indonesia. *Jurnal Studi Manajemen Dan Bisnis*, 10(1), 32–41. <https://doi.org/10.21107/jsmb.v10i1.20479>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*. Pearson. <https://books.google.co.id/books?id=UbfwtwEACAAJ>
- Kotler, P. T., & Armstrong, G. (2017). *Principles of Marketing, eBook, Global Edition: Principles of Marketing*. Pearson Education. <https://books.google.co.id/books?id=pW4sDwAAQBAJ>
- KUCA Official Shop. (n.d.). *Toko online KUCA Official Shop*. Shopee Indonesia. Retrieved October 25, 2024, from [https://shopee.co.id/kuca\\_official\\_shop](https://shopee.co.id/kuca_official_shop)
- Marlin, K., Juniati, R. D., & Shobirin, K. (2023). Pengaruh Layanan COD dan Gratis Ongkir Terhadap Minat Beli Konsumen Pada e-commerce Shopee. *MABIS: Jurnal Manajemen Bisnis Syariah*, 3(2), 21–28. <https://doi.org/10.31958/mabis.v3i2.10516>
- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldana, J. (2014). *Qualitative Data Analysis*. SAGE Publications. <https://books.google.co.id/books?id=3CNrUbTu6CsC>
- Mulitawati, I. M., & Retnasary, M. (2020). Strategi Komunikasi Pemasaran dalam Membangun Brand Image Melalui Sosial Media Instagram (Studi kasus deskriptif komunikasi pemasaran prodak polycrol forte melalui akun instagram @ahlinyaobatmaag). *Komunikologi: Jurnal Pengembangan Ilmu Komunikasi Dan Sosial*, 4(1), 23. <https://doi.org/10.30829/komunikologi.v4i1.7616>
- Mulyani, M., & Nursiti. (2023). Strategi Pengembangan Wisata Serta Perlindungan Hukum Terhadap Wisatawan Alam Gunung Pinang Serang Banten. *Prosiding Seminar Nasional Komunikasi, Administrasi Negara Dan Hukum*, 1(1), 379–386. <https://doi.org/10.30656/senaskah.v1i1.15>
- Mustafa, D., Hs, S., & Mallawi, M. N. (2022). Strategi Komunikasi pemasaran dalam Meningkatkan Penjualan Buku PT. Rineka Cipta Makassar. *CONNECTED: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 3(1), 38–45.
- Pink, B. (2022). *Laju Pertumbuhan Transaksi E-Commerce di Indonesia Melambat*. Kontan. <https://insight.kontan.co.id/news/laju-pertumbuhan-transaksi-e-commerce-di-indonesia-melambat>
- Rahmawaty, I., Sa'adah, L., & Musyafaah, L. (2023). Pengaruh Live Streaming Selling, Review Product, Dan Discount Terhadap Minat Beli Konsumen

- Pada E-Commerce Shopee. *Jurnal Riset Entrepreneurship*, 6(2), 80.  
<https://doi.org/10.30587/jre.v6i2.5956>
- Ramadhan, M. P., Hariyanto, F., & Kusumaningrum, R. (2024). Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Menarik Minat Beli Konsumen Pada Kopi Rukun Warga. *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis (JEBS)*, 4(4), 593–596.  
<https://doi.org/10.47233/jeps.v4i4.1917>
- Sa'adah, D., Astawa, I. M. S., Fahrudin, & Astini, B. N. (2023). PENGEMBANGAN MEDIA GAYANGTHEMAN (GAMBAR WAYANG TUMBUHAN HEWAN DAN MANUSIA) UNTUK MENINGKATKAN KETERAMPILAN MENDONGENG ANAK KELOMPOK B DI PAUD ASH- SHIDDIQI FATHURRAHMAN TAHUN AJARAN 2023/2024. *Pendas: Jurnal Ilmiah Pendidikan Dasar*, 08.
- Sahputra, C., Octaviani, V., & Yanto. (2023). Pengaruh Influencer Terhadap Keputusan Pembelian Pada Xinonaboba Kapuas Kota Bengkulu. *Jurnal Multimedia Dehasen*, 2(3), 509–526.
- Saputro, P. (2021). *Industri Game di Indonesia Sumbang Rp 24,8 Triliun Total PDB Nasional*. Detikcom. <https://inet.detik.com/games-news/d-5819963/industri-game-di-indonesia-sumbang-rp-24-8-triliun-total-pdb-nasional>
- Sari, N. P., Aprilia, I. R., Faizi, I., & Wati, R. (2023). Penerapan Metode PCA dalam Penentuan Konsep Desain Kemasan Sekunder untuk Produk X. *Performa: Media Ilmiah Teknik Industri*, 22(2), 136.  
<https://doi.org/10.20961/performa.22.2.80739>
- Sartika, D., Ulya, M., Azzahra, F. F., Irnawati, I., & ... (2024). Fenomena Penggunaan E-Commerce terhadap Perilaku Konsumsi Mahasiswa. ... : *Jurnal Ilmu Sosial ...*, 3.  
<https://journal.appisi.or.id/index.php/wissen/article/view/287%0Ahttps://journal.appisi.or.id/index.php/wissen/article/download/287/472>
- Seftila, S., Saryono, O., Haris, F., & Prabowo, E. (2021). Peningkatan Minat Beli Konsumen Secara Online Dalam Aplikasi E-Commerce. *Jurnal Value*, 16(2), 499–511. <https://data.tempo.co/data/907/top-10-e-commerce-di-indonesia-kuartal-i-2020>
- Shalahuddin, M. A., & Nurfauizah, A. (2023). Strategi Komunikasi Pemasaran di Era Digital. *Propaganda*, 3(2), 124–130.  
<https://doi.org/10.37010/prop.v3i2.1607>
- Supriyadi, N. (2024). Pengaruh Atribut Produk dan Promo Angka Kembar Terhadap Minat Beli Konsumen pada Produk iPhone di Toko Shopee iBox

Indonesia. *Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis*, 1(3), 230–237.  
<https://doi.org/10.62017/jemb>

- Tampi, E. M. F., Tawas, H. N., & Poluan, J. G. (2023). ANALISIS STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN PRODUK PADA PT. SULUH JAYA ABADI. *Jurnal EMBA*, 11, 126–137.
- Yin, R. K. (2014). *Case Study Research Design and Methods (5th ed.)*. Thousand Oaks.
- Yin, R. K. (2017). *Case Study Research and Applications: Design and Methods*. SAGE Publications. <https://books.google.co.id/books?id=fesJtAEACAAJ>
- Yoel, D. A. (2021). Pengaruh Brand Image Dan Brand Ambassador Terhadap Minat Beli Konsumen Di Era New Normal Pandemi Covid-19 Pada Baskin-Robbins Manado Town Square. *Jurnal EMBA*, 9(4), 136–144.
- Zaini, M., Muttaqin, H., Sarjan, M., Rokhmat, J., Azizi, A., & Rasyidi, M. (2022). Tantangan Dalam Pencapaian Kompetensi Sikap Spiritual. *Jurnal Kajian Biologi*, 2(4), 195–202. <https://e-journal.lp3kamandanu.com/index.php/biocaster/>

