

DAFTAR PUSTAKA

- Aryanto, A. (2021). *Top Mobile Application Terbaik Sepanjang Tahun 2021, apa saja?* Infobrand.Id. <https://infobrand.id/top-mobile-application-terbaik-sepanjang-tahun-2021-apa-saja.phtml>
- Fariastuti, I., & Mukka, P. (2020). Kampanye Public Relations #Medialawancovid19 di Media Massa. *Jurnal Pustaka Komunikasi*, 3(2), 212–220. <http://journal.moestopo.ac.id/index.php/pustakom>
- Firmansyah, A. (2017). Kajian Kendala Implementasi E-Commerce di Indonesia. *Jurnal Masyarakat Telematika Dan Informasi*, 8(2), 127–136. <https://media.neliti.com/media/publications/233789-kajian-kendala-implementasi-e-commerce-d-51b46c9d.pdf>
- Gojek. (2024). *GO-MART Hadir di 25 Kota Baru!* Gojek. <https://www.gojek.com/blog/gomart/go-mart-hadir-di-25-kota-baru>
- Harisandi, P., & Wiyarno. (2023). Pengaruh Belanja Online terhadap Perilaku Konsumtif Pengguna Aplikasi Alfagift-Alfamart. *MUKADIMAH: Jurnal Pendidikan, Sejarah, Dan Ilmu-Ilmu Sosial*, 7(1), 173–179. <https://doi.org/10.30743/mkd.v7i1.6712>
- Intyaswati, D. (2016). Pesan Komunikasi dalam Penggalangan Dana Melalui Website. *INFORMASI: Kajian Ilmu Komunikasi*, 46(1), 73–86. <https://doi.org/10.21831/informasi.v46i1.9651>
- Laudon, K. C., & Traver, C. G. (2016). *E-Commerce 2016: Business, Technology, Society* (12th ed.). Pearson Education Limited.
- Mustajibah, T., & Trilaksana, A. (2021). Dinamika E-Commerce di Indonesia Tahun 1999-2015. *AVATARA: E-Journal Pendidikan Sejarah*, 10(3), 3–11. <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/avatara/article/view/40965>
- Purwanti, T. (2021). *Alfagift Jadi Best Omnichannel Solution for Retail Consumer*. CNBC Indonesia. <https://www.cnbcindonesia.com/market/20211130183023-17-295609/alfagift-jadi-best-omnichannel-solution-for-retail-consumer>
- Purwatiningsih, S. D. (2021). Marketing Digital Campaign Dalam Membangun Startup Melalui Influencer Pada Masa Pandemi Covid-19. *Ekspresi Dan Persepsi : Jurnal Ilmu Komunikasi*, 4(2), 146–156. <https://doi.org/10.33822/jep.v4i2.2905>
- Rakhman, M. A., & Saputra, E. H. (2016). Pembuatan Aplikasi Layanan Kustomisasi Landing Page Berbasis Web. *Seminar Nasional Teknologi Informasi Dan Multimedia 2016*, 43–48. <https://ojs.amikom.ac.id/index.php/semnasteknomedia/article/view/1184%0Ahttps://ojs.amikom.ac.id/index.php/semnasteknomedia/article/viewFile/1184/1132>

- Rizaty, M. A. (2022). *Ini Aplikasi Online untuk Belanja Bulanan Favorit Warga*. Databoks. <https://databoks.katadata.co.id/teknologi-telekomunikasi/statistik/68240a0d2d9fb22/ini-aplikasi-online-untuk-belanja-bulanan-favorit-warga>
- Ruslan, R. (2005). *Kiat dan Strategi Kampanye Public Relations*. Raja Grafindo Persada.
- Sagiyanto, A., & Qibtiyani, B. (2021). Strategi Komunikasi Pemasaran Green Marketing pada Produk Hellobottle.id dalam Upaya Mendukung Kampanye Ramah Lingkungan kepada Konsumen. *Journal Komunikasi*, 12(1), 91–99. https://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/jkom/article/view/10441/pdf_1
- Santika, E. F. (2024). *Tingkat Penetrasi Internet Indonesia Capai 79,5% per 2024*. Databoks. <https://databoks.katadata.co.id/teknologi-telekomunikasi/statistik/e6f9d69e252de32/tingkat-penetrasi-internet-indonesia-capai-795-per-2024>

