

DAFTAR PUSTAKA

- Adisetiawan, R. (2015). Efektifitas Omunikasi Interpersonal Orang Tua Terhadap Remaja Tentang Pendidikan Seks. *Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi*, 15(3), 23–37.
- Awaludin, M. F., Dwi, B., & Rosali. (2020). Analisis Faktor yang Mempengaruhi Efektivitas Iklan Online di Bukalapak Menggunakan Model AIDA. In *PROSIDING BIEMA: Business Management, Economic, and Accounting National Seminar* (Vol. 1, Issue 2016).
- Banjarnahor, A. R., Purba, B., Sahir, A. S. S. H., Munthe, R. N., Kato, I., Gandasari, D., Purba, S., Muliana, Dena, M. A., Tjiptadi, D., Simarmata, H. H. M. P., Berlien, R., & Hasyim. (2021). *Manajemen Komunikasi Pemasaran*. Yayasan Kita Menulis.
- DataIndonesia.id. (2022). *Daftar E-Commerce dengan Pengunjung Terbanyak per Kuartal I/2022*. DataIndonesia.Id. <https://dataindonesia.id/digital/detail/daftar-ecommerce-dengan-pengunjung-terbanyak-per-kuartal-i2022>
- Effendy, A. A., & Sunarsi, D. (2020). *Persepsi Mahasiswa Terhadap Kemampuan Dalam Mendirikan UMKM Dan Efektivitas Promosi Melalui Online Di Kota Tangerang Selatan*. 4(3), 702–714.
- Emzir, A. D. (2011). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Rajawali Pers.
- Fadly, M., Suaidah, & Alita, D. (2021). *Optimalisasi Pemasaran UMKM Melalui E-Marketing Menggunakan Model AIDA Pada Miss Mojito Lampung*. 4(3), 416–422. <https://jurnal.unpad.ac.id/kumawula/article/view/34934/pdf>
- Harahap, D. F., Hasim, W., Studi, P., Fakultas, M., & Bungo, U. M. (2021). Implementasi SWOT Strategi Pemasaran Online Pada Counter Super Cell Di Kecamatan Rimbo Bujang Kabupaten Tebo. *Jurnal Manajemen Sains*, 1(1).
- Husna, A. H., Faladhin, J., Marsya, U., & Dhea, N. (2022). *Online Consumer Behavior Dalam Keputusan Pembelian Pada Aplikasi E-Commerce*. 1(2), 133–146. <https://doi.org/10.1234/jdbim.v1i2.50501>

- Islamadi, M., Prasetia Nanda, A., Ya, E., Syarifuddin, A., Herindri, B., & Utami, S. (2022). *Sosialisasi Peningkatan Hasil Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Menggunakan Marketplace di Pekon Sukaharjo 1*. 3(4), 126–131.
- Johar, D. S., Kumadji, S., & Mawardi, M. K. (2015). Pengaruh AIDA (Attention, Interest, Desire, Action) Terhadap Efektifitas Iklan Online. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 26(1), 1–10. <https://www.academia.edu/download/52378285/1031-4110-1-PB.pdf>
- Kaelan. (2012). *Metode Penelitian Kualitatif Interdisipliner*. Paradigma.
- Kaleb, S., & Samuel, J. (2021). *Pengaruh Attention, Interest, Desire, Action (AIDA) Terhadap Efektivitas Iklan Spotify*. 6(2), 22–37.
- Kharisma, D., & Evi. (2023). Penerapan Strategi Bauran Pemasaran Usaha Pada Wingko Babat Pak Sugito Di Merbau - Banyumanik. *Jurnal Magisma*, XI(1).
- Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2017). *Marketing 4.0 Bergerak dari Tradisional ke Digital*. PT Gramedia Pustaka Utama.
- Kotler, P., & Keller, K. (2016). *MARKETING MANAGEMENT 15E*. Pearson.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Marketing Management*. Prentice Hall.
- Kusumastuti, A., & Khoiron, A. M. (2019). *Metode Penelitian Kualitatif*. Lembaga Pendidikan Sukarno Pressindo (LPSP). [http://lib.unnes.ac.id/40372/1/Metode Penelitian Kualitatif.pdf](http://lib.unnes.ac.id/40372/1/Metode_Penelitian_Kualitatif.pdf)
- Lutfin, C. F. (2020). *Strategi Komunikasi Pemasaran Online Shop “ Grey Kosmetik ” Di Akun*. [http://digilib.uinsa.ac.id/43530/2/Cita Fairuzah Lutfin_B06216010.pdf](http://digilib.uinsa.ac.id/43530/2/Cita_Fairuzah_Lutfin_B06216010.pdf)
- Muslimah, N., & Supriati. (2022). *Perencanaan Dan Pembuatan Bisnis Oseng Kentang Delicious (Tinjauan Aspek Pemasaran)*. 629–636.
- Rahmawati. (2016). *Manajemen Pemasaran*. Mulawarman University PRESS.
- Ramdhan, M. (2021). *Metode Penelitian*. Cipta Media Nusantara. https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=Ntw_EAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PR1&dq=Sesuai+dengan+namanya,+deskriptif+ini+bertujuan+untuk+memberikan+deskripsi,+penjelasan+dan+juga+validasi+mengenai+fenomen

a+yang+diteliti&ots=f2tH5IOx6y&sig=s_zzzf1Fn_yuBXDID3M0ToL

Saputra, D. H., Sutiksno, D. U., Kusuma, A. H. P., Romindo, Wahyuni, D., Purnomo, A., & Simarmata, J. (2020). *Digital Marketing: Komunikasi Bisnis Menjadi Lebih Mudah*. Yayasan Kita Menulis.

Sasmita, A., Ambarita, Y. M., & Putri, A. M. (2021). *Strategi Pemasaran Tokopedia dalam Persaingan Antar E- Commerce dengan Analisis SWOT*. 5, 3397–3404.

<https://jptam.org/index.php/jptam/article/view/1403?articlesBySameAuthorPage=2>

Shopee.co.id. (n.d.). Mycaptainelc. Shopee.Ico.D.
<https://shopee.co.id/mycaptainelc>

Shopee.co.id. (n.d.). Puedess Store. Shopee.Ico.D.
<https://shopee.co.id/puedess.store?page=4&sortBy=pop>

Sugiyono. (2011). *Metodologi Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.

Sujana, B. A. (2021). Dinamika Komunikasi Dalam Menghadapi Adaptasi Budaya. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 4(1), 4–12.

Wibowo, I. S. W. (2013). *Semiotika Komunikasi Aplikasi Praktis Bagi Penelitian dan Skripsi Komunikasi*. Mitra Wacana Media.

Widyastuti, S. (2017). *Manajemen komunikasi pemasaran terpadu*. FEB-UP Press.