

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku

- Husein, U. (2013). *Desain Penelitian Manajemen Strategi*. Rajawali Pers.
- Kamaluddin, A. (2017). *Administrasi Bisnis*. CV. Sah Media.
- Marissa, G., Ahmad, S., Heri., E. (2022). *STRATEGI PEMASARAN Konsep,Teori,dan Implementasi*. Pascal Books
- Nazir. (2014). *Metode Penelitian*. Ghalia Indonesia.
- Sugiyono. (2022). *Metode penelitian kuantitatif kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Sunyoto, D. (2015). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta : Center for Academic Publishing Service (CAPS)
- Supriyanto. (2016). *Administrasi Bisnis*. Bumi Aksara.

### Jurnal

- Andika, M., Masitoh, S., Kholoq, Y., Rohmah, N., & Nisa, D. (2021). Efektivitas Marketplace Shopee sebagai Marketplace Belanja Online yang Paling Disukai Mahasiswa. *Journal of Education and Technology, 1*(1), 24–29.
- Hadi, S. (2004). *Metodelogi Research* (2nd ed.). Andi.
- Hendrayani, E., Sitinjak, W., Kusuma, G. P. E., Yani, D. A., Yasa, N. N. K., Chandrayanti, T., Wisataone, V., Wardhana, A., Sinaga, R., & Hilal, N. (2021). Konsep Bauran Pemasaran 4P dan 7P. *Manajemen Pemasaran: Dasar Dan Konsep, June*, 126.
- Hendriyati, L., & Santoso, I. B. (2021). Strategi Pemasaran Food and Beverage Untuk Meningkatkan Penjualan Pada Masa Pandemi Covid-19 Di Cavinton Hotel Yogyakarta, Indonesia. *Journal of Tourism and Economic, 4*(1), 60–72. <https://doi.org/10.36594/jtec.v4i1.111>
- Husein, U. (2013). *Desain Penelitian Manajemen Strategi*. Rajawali Pers.
- Kamaluddin, A. (2017). *Administrasi Bisnis*. CV. Sah Media.
- Marissa, G., Ahmad, S., Heri., E. (2022). *STRATEGI PEMASARAN Konsep,Teori,dan Implementasi*. penerbitpascalbooks@gmail.com
- Muslihin. (2013). *Memahami Definisi Operasional dalam Penelitian*.
- Mustajibah, T. (2021). Dinamika E-Commerce Di Indonesia Tahun 1999-2015. *E-*

*Journal Pendidikan Sejarah*, 10(3), 3–11.

Nazir. (2014). *Metode Penelitian*. Ghalia Indonesia.

Prilano, K., Sudarso, A., & Fajrillah, F. (2020). Pengaruh Harga, Keamanan dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Toko Online Lazada. *Journal of Business and Economics Research (JBE)*, 1(1), 1–10. <https://doi.org/10.47065/jbe.v1i1.56>

Reza, F. (2016). Strategi Promosi Penjualan Online Lazada.Co.Id. *Jurnal Kajian Komunikasi*, 4(1), 64–74. <https://doi.org/10.24198/jkk.vol4n1.6>

Shopee. (2023). *Fitur Promosi di Shopee*. Shopee. <https://seller.shopee.co.id/edu/article/17768>

Sufandy, S. (2020). *Analisis dan Penerapan Bauran Promosi Pada Toko Adore Batam*. Universitas Internasional Batam.

Sugiyono. (2022). *Metode penelitian kuantitatif kualitatif dan R&D*. Alfabeta.

Sunyoto, D. (2015). *Strategi Pemasaran*. Center for Academic Publishing Service (CAPS).

Supriyanto. (2016). *Administrasi Bisnis*. Bumi Aksara.

Uluwiyah, A. N. (2002). *STRATEGI BAURAN PROMOSI (PROMOTIONAL MIX) dalam Meningkatkan Kepercayaan Masyarakat*.

Wariati, A., & Susanti, N. I. (2014). E-Commerce Dalam Perspektif Perlindungan Konsumen. *PRO-BANK, Jurnal Ekonomi & Bisnis*, 1(2), 1–19.

### **Internet**

Muslihin. (2013). *Memahami Definisi Operasional dalam Penelitian*. Tersedia: <http://www.muhsin.com/2013/11/penelitian/memahami-definisioperasional-dalam-penelitian.php>. Diakses tanggal 10 Oktober 2023

Shopee. (2023). *Fitur Promosi di Shopee*. Shopee. Tersedia: <https://seller.shopee.co.id/edu/article/17768> Diakses tanggal 13 Oktober 2023