

DAFTAR PUSTAKA

Buku :

A.Anditha Sari. (2017). *Dasar-Dasar Public Relations Teori dan Praktik* (1st ed.). Deepublish.

Ali, D. S. F. (2017). *Marketing Public Relations –Di Antara Penjualan dan Pencitraan* (1st ed.). Deepublish.

Hafipah dkk. (2022). *Manajemen Pemasaran membangun Loyalitas Pelanggan*. CV Media Sains Indonesia.

Ismail Nardin, & Sri Hartati. (2019). *Metodologi Penelitian Sosial*. Media Sahabat Cendekia.

Poppy Ruliana. (2016). *Komunikasi Organisasi*. PT Rajagrafindo Persada.

Rachmat Kriyantono. (2014). *Teknik Praktis Riset komunikasi* (1st ed.). Kencana.

Rerung, R. R. (2018). *E-Commerce, Menciptakan Daya Saing Melalui Teknologi Informasi* (1st ed.). Deepublish.

Romindo dkk. (2019). *E-commerce, menciptakan daya saing melalui teknologi informasi* (1st ed.). Yayasan Kita Menulis.

Ruslan, R. (2006). *Metode penelitian relations: public relations dan komunikasi*. RajaGrafindo Persada.

Soemirat, S. (2002). *Dasar-dasar public relations*. Remaja Rosdakarya

Jurnal :

Aryani, L. S. (n.d.). *Pengaruh Brand Ambassador BlackPink Terhadap Citra Perusahaan dan Minat Beli di Shopee*. <http://repository.unissula.ac.id/13984>. Diakses pada 6 Oktober 2021 Pukul 21.28.

Brestilliani, L. (n.d.). *Pengaruh Brand Awareness, Brand ambassador, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Online Pada Marketplace Shopee (studi pada Mahasiswa Stiesia)*. <http://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jirm/article/view/2983/2997>. Diakses pada 18 September 2021 pukul 16.00.

Febriana, H. (n.d.). *Peran Marketing Public Relations Dalam meningkatkan Minat konsumen di PT.Pelita Abadi Sejahtera*.

- <http://repository.unpas.ac.id/27826/>. Diakses pada 18 September 2021 pukul 16.25.
- Hanna F, A. (n.d.). *Pemetaan Dampak Pemanfaatan Aplikasi Fan Page Facebook Terhadap Kepuasan Fans*. <http://repository.unib.ac.id/9237/>. Diakses pada 24 Oktober 2021 pukul 14.50.
- Madsun, N. (n.d.). *Aktivitas KOL Management Shopee Feed Pada PT Shopee International Indonesia*. https://kc.umh.ac.id/16520/7/BAB_II.pdf. Diakses pada 24 Oktober 2021 pukul 15.00.
- Nuraini, A. (n.d.). *Jual Beli dalam Praktek Affiliate Marketing Pada Internet Marketing E-commerce dalam Perspektif Hukum Islam*. <http://repository.uinbanten.ac.id/3013/>. Diakses pada 6 Oktober 2021 pukul 20.57.
- Putri, E. L. (n.d.). *strategi Marketing Public Relations E-commerce Zen Rooms Syariah Dalam Menarik Minat Konsumen*. https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/44156/1/ELFIR_A%20LIB. Diakses Pada 5 Oktober 2021 pukul 10.00
- Rodiyah, I. (n.d.). *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian secara online pada shopee'*. <http://repository.stiewidyagamalumajang.ac.id/638/>. Diakses pada 6 Oktober 2021 pukul 20.25.
- Viandhy, A. O. (n.d.). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Niat Ulang Dengan Menggunakan Produk Yang Lain Melalui Kepercayaan Nasabah Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Boulevard di Surabaya*. <https://e-journal.unair.ac.id/index.php/JESTT/article/download/519/322>. Diakses pada 18 September 2021 pukul 16.00.
- Wijaya, P. (n.d.). *Aktivitas Content Management ShopeeLive PT Shopee International Indonesia*. https://kc.umh.ac.id/13060/1/HALAMAN_AWAL.pdf. Diakses pada 24 Oktober 2021 pukul 12.49.
- Wijayanto. (2008). Analisis Korelasi Product Moment Pearson. http://eprints.undip.ac.id/6608/1/Korelasi_Product_Moment.pdf diakses pada 16 April 2022 pukul 16.00

Website:

- Pendidikan Tinggi*. (n.d.). PDDikti - Pangkalan Data Pendidikan Tinggi. Retrieved February 20, 2022, from https://pddikti.kemdikbud.go.id/data_pt/Nzc2MEYyNDMtOUl3Ri00Njk5LThGRjMtRjIBNkFCQTE3NEI3. Diakses 24 Oktober 2021 Pukul 15.00.

Himikom – Jurusan Ilmu Komunikasi. (2019, February 25). Jurusan Ilmu Komunikasi. Retrieved February 18, 2022, from <http://ilkom.fisip.unib.ac.id/category/himikom/> diakses pada tanggal 24 Oktober 2021 pukul 14.56.

Wahyuni, N. (2014, November 1). *Uji Validitas dan Reliabilitas*. BINUS QMC. <https://qmc.binus.ac.id/2014/11/01/u-j-i-v-a-l-i-d-i-t-a-s-d-a-n-u-j-i-r-e-l-i-a-b-i-l-i-t-a-s/> diakses pada 16 April 2022 pukul 16.04