

DAFTAR PUSTAKA

Buku:

- Ahmadi, Chandra dan Hermawan, Dadang. (2013). *E-Business & E-. Commerce*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Kotler, Philip & Armstrong, Gary. (2008). *Prinsip-prinsip Pemasaran*, Edisi Keduabelas. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. (2008). *Manajemen Pemasaran*, Jilid 1. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Kriyantono, Rachmat. (2010). *Teknik Praktis Riset Komunikasi: Disertai Contoh Praktis Riset Media, Public Relations, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Kencana Prenada Media.
- Moleong, Lexy. (2007). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosda Karya.
- Nuryani. (2001). *E-commerce*, dalam Berita Pajak No. 1438/Tahun XXXIII/1Maret 2001, hlm.30.
- Peter, J. Paul dan Olson. (2000). *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*, Edisi 4 Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Purbo, Onno W. (2000). *Mengenal E-Commerce*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- Ries, E. (2011). *THE LEAN STARTUP*. New York: Crown Publishing Group.
- Sudjana, Nana dan Ibrahim. (1989). *Penelitian dan Penilaian Pendidikan*. Bandung: Sinar Baru.

Suyanto, M. (2003). *E-commerce Perusahaan Top Dunia*. Andi. Yogyakarta.

Turban, Efraim, Lee, King, dan Chung. (2002). *Electronic Commerce 2002: A Managerial Perspective*. Pearson Education Inc., Upper Saddle River, New Jersey.

Website:

Alexa. n.d. *shopee.co.id Traffic Statistics*. Shopee.

<<https://www.alexac.com/siteinfo/shopee.co.id>>

Anggriawan, Ryan Dwiky. (2018). *Psikolog Seksologi: Petisi Iklan Shopee BlackPink Aksi Berlebihan*. Tempo.

<<https://nasional.tempo.co/read/1155497/psikolog-seksologi-petisi-iklan-shopee-blackpink-aksi-berlebihan>>

Azis, Ibnu. (2019). *Tren Perilaku Online Konsumen Indonesia Sepanjang 2018*. Tirto.

<<https://tirto.id/ddcH>>

Bachdar, Saviq. (2018). *Mengapa Shopee Jadi E-Commerce yang Paling Sering Diakses?*. Marketeers.

<<https://marketeers.com/mengapa-shopee-jadi-e-commerce-yang-paling-sering-diakses/>>

Bohang, F.K. (2018). *Berapa Jumlah Pengguna Internet Indonesia*. Kompas Tekno.

<<http://www.tekno.kompas.com/read/2018/02/22/16453177/berapa-jumlah-pengguna-internet-indonesia>>

Cahyani, Dewi Rina. (2018). *Iklan Shopee Blackpink Dilarang Gara-gara Wanita Berpakaian Minim*. Tempo.

<<https://bisnis.tempo.co/read/1154619/iklan-shopee-blackpink-dilarang-gara-gara-wanita-berpakaian-minim>>

Damaledo, Yandri Daniel. (2019). *Tren Belanja: Laki-laki Lebih Banyak Cicilan daripada Perempuan*. Tirto.

<<https://tirto.id/diBS>>

Fahera, Jihan. (2019). *Faktor internal & eksternal ini memengaruhi keputusan belanja online*. Brilio.

<<https://www.brilio.net/creator/faktor-internal-eksternal-ini-memengaruhi-keputusan-belanja-online-3656d6.html>>

Handayani, Maulida Sri. (2016). *Biaya Bergaya Kelas Menengah Indonesia*. Tirto. <<https://tirto.id/biaya-bergaya-kelas-menengah-indonesia-bUai>>

Hardian. (2017). *Ini Nih 6 E-Commerce Indonesia Buat Bayar Kebutuhan Rumah Tangga*. Money Smart.

<<https://www.moneysmart.id/nih-6-e-commerce-indonesia-buat-bayar-kebutuhan-rumah-tangga/>>

Hasibuan, Lynda. (2019). *Wah, RI Jadi Pengguna Instagram Terbanyak se-Asia Pasifik*. CNBC Indonesia.

<<https://www.cnbcindonesia.com/lifestyle/20190305173423-33-59051/wah-ri-jadi-pengguna-instagram-terbanyak-se-asia-pasifik>>

Julistian, Ucha. (2019). *Dinilai Lebih Bernuansa Perempuan, Shopee Coba Gaet Pasar Pria*. Gatra.

<<https://www.gatra.com/detail/news/437435/technology/dinilai-lebih-bernuansa-perempuan-shopee-coba-gaet-pasar-pria>>

Khalika, Nindias Nur. (2018). *Shopee & Instagram Tempat Belanja Online Favorit Ibu Milenial*. Tirto.

<<https://tirto.id/shopee-instagram-tempat-belanja-online-favorit-ibu-milenial-cY4h>>

Lukman, Enricko. (2014). *5 model bisnis e-commerce di Indonesia*. Tech In Asia.

<<https://id.techinasia.com/5-model-bisnis-ecommerce-di-indonesia>

Menkominfo. (2015). *Menkominfo: Pemerintah Dorong Pertumbuhan e-Commerce Indonesia*. Kementerian Komunikasi dan Informatika RI.

<https://kominfo.go.id/index.php/content/detail/6020/Menkoinfo%3A+Pemerintah+Dorong+Pertumbuhan+e-Commerce+Indonesia/0/berita_satker>

Molla, A & Heeks R. (2007). *Exploring e-commerce benefits for businesses in a developing country*, dalam Jurnal Information Society, vol. 23, no. 2, hal. 95-108.

<<https://researchbank.rmit.edu.au/view/rmit:332>>

Mudo, Sutan. (2015). *Apa Itu bisnis Startup? Dan Bagaimana Perkembangannya?*. Tech In Asia.

<<https://id.techinasia.com/talk/apa-itu-bisnis-startup-dan-bagaimana-perkembangannya>>

Nurfadilah, Putri Syifa. (2018). *Beauty Blogger/ Vlogger Berkembang Pesat di Ranah Industri Kecantikan*. Kompas.

<<https://ekonomi.kompas.com/read/2018/08/21/071600726/beauty-blogger--vlogger-berkembang-pesat-di-ranah-industri-kecantikan>>

Priambada, Adjie. (2015). *Shopee Berambisi Jadi Pemimpin Mobile Marketplace C2C di Indonesia*. Daily Social.

<<https://dailysocial.id/post/shopee-berambisi-jadi-pemimpin-mobile-marketplace-c2c-indonesia/>>

Putri, Ananda Widhia. (2015). *Shopee, Pendatang Baru di Mobile Marketplace*. SWA.

<<https://swa.co.id/youngster-inc/youngsterinc-startup/shopee-pendatang-baru-di-mobile-marketplace>>

Sarosa, Astari Pinasthika. (2018). *Pengaruh Beauty Blogger di Industri Kecantikan, Dampaknya Besar*. Tempo.

<<https://cantik.tempo.co/read/1119489/pengaruh-beauty-blogger-di-industri-kecantikan-dampaknya-besar/full&view=ok>>

Senja, Anggita Muslimah Maulidya Prahara. (2017). *Alasan Sepatu Olahraga Jadi Tren di Indonesia*. Kompas.

<<https://lifestyle.kompas.com/read/2017/01/14/170400020/alasan.sepatu.olahraga.jadi.tren.di.indonesia>>

Setyowati, Retno MG. (2012). *Prospek Belanja "Online"*. Kompas.

<<https://tekno.kompas.com/read/2012/10/05/02371027/prospek.belanja.quotonlinequot>>

Shopee. n.d. *Tentang Shopee*.

<<https://shopee.co.id/>>

Shopee Indonesia. (2019). *Shopee 9.9 Super Shopping Day | Aksi Ronaldo di Shopee*. Youtube.

<<https://www.youtube.com/watch?v=PNuHYljRXp0>>

Suhendra. (2016). *Belanja Online dan Hak-hak yang Terabaikan*. Tirto.

<<https://tirto.id/belanja-online-dan-hak-hak-yang-terabaikan-b9u4>>

Tarigan, Mitra. (2018). *Seberapa Banyak Media Sosial Pengaruhi Anda untuk Belanja?*. Tempo.

<<https://gaya.tempo.co/read/1139782/seberapa-banyak-media-sosial-pengaruhi-anda-untuk-belanja/full&view=ok>>

Widyastuti, Rr. Ariyani Yakti. (2018). *KPI Larang 11 Stasiun Televisi Tayangkan Iklan Shopee Blackpink*. Tempo.

<<https://bisnis.tempo.co/read/1154561/kpi-larang-11-stasiun-televisi-tayangkan-iklan-shopee-blackpink>>

Zhafira, Arnidhya Nur. (2019). *Geser One Direction, BLACKPINK jadi grup dengan subscriber terbanyak*. Antara News.

<<https://www.antaranews.com/berita/1052788/geser-one-direction-blackpink-jadi-grup-dengan-subscriber-terbanyak#mobile-src>>