

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Karimuddin, dkk. 2022. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Pidie: Yayasan Penerbit Muhammad Zaini.
- APJII. *Survei APJII Pengguna Internet di Indonesia Tembus 215 Juta Orang*. <https://apji.or.id/berita/d/survei-apjii-pengguna-internet-di-indonesia-tembus-215-juta-orang> diakses pada 2 September 2023.
- Alfira, dkk. 2021. *Media Sosial Marketing pada Instagram Shopee Indonesia dan Pengaruhnya terhadap Customer Engagement serta Brand Image*. Indonesian Journal of Islamic Economics and Finance, 1 (2), 95-104.
- Apriana, dkk. 2020. *Pengaruh Gamification Versi “Shopee Tanam” terhadap Customer Engagement Aplikasi Mobile Shopee Indonesia (Survei pada Pengguna Fitur Shopee in App Games di Kota Bandung)*. Jurnal Pemikiran dan Penelitian Administrasi Bisnis dan Kewirausahaan, 5 (3), 283-295.
- Belch, George E. & Michael A. Belch. 2003. *Advertising and Promotion an Integrated Marketing Communications Perspective 6<sup>th</sup> ed*. New York: The McGraw-Hill Companies.
- Brodie, Roderick J., dkk. 2011. *Customer Engamenent: Conceptual Domain, Fundamental Propositions, and Implications for Research*. Journal of Service Research, 17 (3), 1-20.
- Chandra, Christine. N. & Wulan P. S. 2021. *Pengaruh Content Marketing terhadap Customer Engagement (Studi pada Akun Instagram LazadaID)*. Jurnal Prologia, 5 (1), 191-197.
- Databoks. *Pengunjung Shopee dan Blibli Naik pada Kuartal II 2023, E-commerce Lain Turun*. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/07/07/pengunjung-shopee-dan-blibli-naik-pada-kuartal-ii-2023-e-commerce-lain-turun> diakses pada 2 September 2023.
- Dwiyanti, Novi. 2023. *Analisis Pengaruh Event Marketing, Flash Sale, dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian pada Aplikasi Shopee di Kabupaten Karanganyar*. Skripsi. UIN Raden Mas Said, Surakarta.
- Hardianti, Ike Putri. 2020. *Pengaruh Event Marketing terhadap Keputusan Pembelian dengan Minat Beli sebagai Variabel Intervening pada Toko Buku Togamas Margorejo Surabaya*. Skripsi. UIN Sunan Ampel, Surabaya.
- Hsu, C. L. & M. C. Chen. 2018. *How Gamification Marketing Activities Motivate Desirable Consumer Behaviors: Focusing on the Role of Brand Love*. Computers in Human Behavior, 88, 121-133. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.chb.2018.06.037> diakses pada 22 Desember 2023.

- Huotari, K. & J. Hamari. 2012. *Defining Gamification: A Service Marketing Perspective*. 16th International Academic Mindtrek Conference, 17-22. DOI: <http://dx.doi.org/10.1145/2393132.2393137> diakses pada 22 Desember 2023.
- Indrajit, Richardus Eko. *Electronic Commerce: Strategi dan Konsep Bisnis di Dunia Maya*. <https://repository.unikom.ac.id/48010/1/Electronic%20Commerce-Strategi%20dan%20Konsep%20Bisnis%20di%20Dunia%20Maya.pdf> diakses pada 8 September 2023.
- Kementerian Agama Republik Indonesia. 2010. *Al-Qur'an dan Terjemahan*. Bandung: Penerbit Jabal.
- Kurniawati, Anna & Nafiah Ariyani. 2022. *Sales Promotion Strategy on Shopee Marketplace*. *Jurnal Propaganda*, 2 (1), 65-79.
- Limandono, Johan A. & Diah D. 2017. *Pengaruh Content Marketing dan Event Marketing terhadap Customer Engagement dengan Social Media Marketing sebagai Variabel Moderasi di Pakuwon City*. *Jurnal Strategi Pemasaran*, 5 (1). <https://publication.petra.ac.id/index.php/manajemen-pemasaran/article/view/6316> diakses pada 03 Februari 2024.
- Marisa, Fitri, dkk. 2020. *Gamifikasi (Gamification) Konsep dan Penerapan*. *Journal of Information Technology and Computer Science*, 5 (3), 219-228.
- Molyo, Priyo Dari, dkk. 2021. *Pengaruh Penggunaan Fitur Shopee Games terhadap Customer Engagement pada Kalangan Mahasiswa di Kota Malang*. *Jurnal Nomosleca*. <https://doi.org/10.26905/nomosleca.v7i1.5541> diakses pada 18 Agustus 2023.
- Mufarizzaturrizkiyah, dkk. 2020. *E-commerce: Perilaku Gaya Hidup Konsumtif Mahasiswa Muslim*. Cirebon: CV Elsi Pro.
- Nugroho, Adi Sulisty. 2016. *E-commerce: Teori dan Implementasi*. Yogyakarta: Ekuilibria.
- Oxford Advanced Learner's Dictionary. <https://www.oxfordlearnersdictionaries.com/definition/english/gamification> diakses pada 22 Desember 2023.
- Pasoloran, Yoga Khoni. 2021. *Pengaruh Dimensi Content Marketing terhadap Customer Engagement pada Perusahaan Grab*. Skripsi. Universitas Hasanuddin, Makassar.
- Putri, Maharani & Rah Utami N. 2020. *Pengaruh Penggunaan Shopee dan Penerapan Gamifikasi "Goyang Shopee" terhadap Tingkat Keterlibatan Pengguna Shopee*. *Jurnal e-Proceeding of Management*, 7 (2), 4737-4744.

- Rachmadhaniyati. 2021. *Pengaruh Social Media Marketing terhadap Customer Engagement dengan Loyalitas Merek dan Kepercayaan sebagai Variabel Mediasi*. Jurnal Ilmu Manajemen, 9 (3), 1124-1137.
- Rahadian, Calvin Armando. 2022. *Pengaruh Gamifikasi Shopee Capit terhadap Customer Engagement, Customer Experience, dan Customer Loyalty*. Skripsi. Yayasan Keluarga Pahlawan Negara, Yogyakarta.
- Rinjeni, Tri Puspa. 2020. *Penerapan Gamification pada Aplikasi Marketplace Penjual Olahan Biji Kopi Berbasis Website*. Tugas Akhir. Universitas Dinamika.
- Romindo, dkk. 2019. *E-commerce: Implementasi, Strategi, dan Inovasinya*. Medan: Yayasan Kita Menulis.
- Sahir, Syafrida Hafni. 2021. *Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Penerbit KBM Indonesia.
- Setiawan, Stella & Dorien Kartikawangi. 2022. *Pengaruh Gamification terhadap Brand Engagement dengan E-satisfactin sebagai Variabel Mediator*. Jurnal Ilmu Komunikasi, 11 (1), 90-103.
- Shopee. <https://careers.shopee.co.id/about> diakses pada 04 Februari 2024.
- So, Kevin K. F., dkk. 2014. *Customer Engagement with Tourism Brand: Scale Development and Validation*. Journal of Hospitality & Tourism Research, 38 (3), 304-329.
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Surahman, Dani A. 2023. *Pengaruh Gamification terhadap Customer Engagement E-commerce Tokopedia*. Skripsi. Universitas Mercu Buana, Jakarta.
- Tawasuli, Lisda & Kholifah. 2023. *Korelasi Special Event Day Tanggal Kembar terhadap Minat Beli Masyarakat di Shopee*. Journal of Digital Business and Management, 2 (2), 91-96.
- Utami, Giska R. & Marheni E. S. 2020. *Pengaruh Social Media Marketing terhadap Customer Engagement dan Loyalitas Merek pada Akun Instagram Tokopedia*. Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis, 5 (2), 185-198.
- Vivek, Shiri D., dkk. 2012. *Customer Engagement: Exploring Customer Relationships Beyond Purchase*. Journal of Marketing Theory and Practice, 20 (2), 127-145.
- Wijayanti, Ratna, dkk. 2021. *Metode Penelitian Kuantitatif Edisi 3*. Lumajang: Widya Gama Press.
- Wood, Emma H. 2009. *Evaluating Event Marketing: Experience or Outcome?*. Journal of Promotion Management, 15 (1-2), 247-268.