

## DAFTAR PUSTAKA

- Adillah, R., & Alsukri. (2022). Manajemen Strategi Komunikasi Pemasaran Waroeng Baper Pekanbaru. *Jurnal Of Communication Management and Organization*, 14-25.
- Ahdiat, A. (2024, 01 Rabu). *Databoks Katadata*. Retrieved from Databoks: <https://databoks.katadata.co.id/teknologi-telekomunikasi/statistik.3c9132bd3836eff/5-ecommerce-dengan-pengunjung-terbanyak-sepanjang-2023>
- Aisyah. (2020). Penerapan Model AIDA (Attention, Interest, Desire, Action) Dalam Keputusan Pembelian di Toko Lazarus Batik Jember. *Skripsi*, 8.
- Aminarti, D. R., & Wijayani, Q. N. (2024). Strategi Komunikasi Pemasaran Online Shop “Queenba” Terhadap Keputusan Pembelian Produk Aksesoris di E-Comerce Shopee. *Jurnal Sains Student Research*, 16-27.
- Chandra, S. (2022). Analisis Komunikasi Pemasaran Dalam Pengembangan Brand Melalui Prespektif Teori AIDA (Studi Kasus Hotel Harper Cikarang) *Ilmu Komunikasi*, 370375.
- Diantari, N. K. (2021). Fast Fashion Sebagai Lifetsyle Generasi Z di Denpasar. *Seminar Nasional Desain*, 5.
- Dirnaeni, D., Ardiansyah, I., & Indira, C. K. (2022). Faktor Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Melalui Fitur Shopee Live. *UG Jurnal*, 46.
- Dr. Didik Hariyanto, M. (2023). *KOMUNIKASI PEMASARAN*. Sidoarjo, Jawa Timur: UMSIDA Press.
- Dr.M.nang Firmansyah, S. (2020). Komunikasi Pemasaran Indonesia: QIARA MEDIA. Firmansyah. (2020). *Buku Komunikasi Pemasaran*. Surabaya: Penerbit Qiara Media.
- Hafidh, Z., Rahyasih, Y., Aminah, A., & Gunawan, M. (2022). Reorientasi Kepemimpinan Kiai di Pondok Pesantren Salafiyah : Studi Kepemimpinan di Pondok Pesantren Asyasyafi’iyah. *Jurnal Ilmiah*
- Kamil, I. (2023). Strategi Komunikasi Pemasaran Brand Sendal MINIMMO.ID Melalui Online Shop Shopee (Studi Deskriptif Kualitatif Komunikasi Pemasaran

Pada Akun Shopee Minimimo.id). *Thesis*, 10.

Khuzaini, R. &. (2021). Pengaruh Harga Keragaman Produk Kualitas Pelayanan dan Promosi Terhadap Kepuasan Pembelian di Marketplace Shopee. *ILMU & RISET MANAJEMEN*, 3.

kurniawati. (2022). Penerapan (Attention, Interest, Desire, Action) AIDA Terhadap Komunikasi Pemasaran Kerajinan Tangan. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 348.

Kurniawati, S. D., & Saputro, E. P. (2023). Strategi Komunikasi Pemasaran @BEAUTYMOONSHOP Melalui Media Sosial. *Skripsi*, 6.

Kusumusari, R. N., & Afrilia, A. (2020). Strategi Komunikasi Pemasaran Terhadap J&C Cookies Bandung Dalam Meningkatkan Penjualan. *Jurnal Sains Manajemen*, 97-103.

Lenaini. (2021). Teknik Pengambilan Sample Purposive dan Snowball Sampling. *Jurnal kajian penelitian & pengembangan pendidikan sejarah*, 34.

Lutfin, C. F. (2020). Strategi Komunikasi Pemasaran Online Shop “Grey Kosmetik” di Akun Shopee. *Skripsi*, 6.

Masruri, M. (2020). Partisipasi Masyarakat Dalam Pembangunan di Desa Bumi Rahayu Kecamatan Tanjung Selor Kabupaten Bulungan.. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 11711180.

Naryono, E. (2019). Analisis AIDA (Attention, Interest, Desire, Action) Terhadap Efektivitas Iklan Sebagai Dasar Strategi Pemasaran Online Shop di Kota Sukabumi. *Jurnal Ekonomi*, 24-32.

Novyarni, e. a. (2022). Pentingnya Pemahaman E-Commerce Bagi Siswa di Era Digitalisasi. *Jurnal Pengabdian Komunitas Pendidikan*, 59.

Octavia, L. (2020). Tinjauan Hukum Islam Terhadap Sistem Promo Pada Jual Beli Online Shopee. *SKRIPSI*, 4.

Oktaviani, D. E. (2024). Pengaruh Kontribusi Konformitas Peer Group dan Pemanfaatan Fitur Live Streaming Sebagai Media Marketing dalam Melakukan Consumer Purchasing Decisions Pada E-Commerce Shopee Dalam Prespektif Islam. *Skripsi*, 20.

Pahleviannur, M. R. (2022). Metodologi Penelitian Kualitatif. Sukoharjo: PRADINA PUSTAKA.

- Pradatha, K., & Muksin, N. N. (2021). Komunikasi Pemasaran Secara Persuasif Melalui Infografis Pada InstagramEthis.co.id. *Prespektif Komunikasi: Jurnal Ilmu Komunikasi Politik dan Komunikasi Bisnis*, 29-39.
- Raharjo, T. W., & Rinawati, M. S. (2019). Penguatan Strategi Pemasaran dan Daya Saing UMKM Berbasis Kemitraan Desa Wisata. Surabaya: CV. Jakad Publishing .
- Rahayu, R. R., & Nurlaminingsih, R. (2019). Analisis Kegiatan Outing Sebagai Media Promosi di Taman Bacaan (TBM) Warung Pasinaon Kecamatan Bergas Kabupaten Semarang. *Jurnal Ilmu Perpustakaan*, 263.
- Saniah, N., & Syaputra, D. A. (2024). Penerapan Komunikasi Persuasif di Aplikasi Shopee Live Terhadap Minat Beli Produk. *Jurnal Humaniora dan Sosial Sains*, 258-263.
- Sarastuti, D. (2017). Strategi Komunikasi Pemasaran Online Produk Busana Muslim QueenovaS, 76.
- Sari, A. A., & Habib, M. A. (2023). Strategi Pemasaran Menggunakan Fitur Shopee Live Streaming Sebagai Media Promosi Untuk Meningkatkan Daya Tarik Konsumen (Studi Kasus Thrift Shop di Kabupaten Tulungagung). *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 41-58.
- Shimp, T. A., & Andrews, J. C. (2013). *Integreted Marketing Communication*. Amerika Serikat: Cengage Learning.
- Soendari. (2014). Pengujian Keabsahan data penelitian kualitatif.
- Susanto, S. (2020). Strategi Komunikasi Pemasaran Shopee Dalam Membangun Positioning di Tengah Pandemi Covid-19 di Indonesia *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 25.
- Suyadi. (2020). Pembelajaran Pendidikan Agama Islam Humanistik Dengan Pendekatan Active Learning di ADN Nugoporo Gowok. *PAI*, 33.
- Syahputri, Z. A., Fallenia, F. D., & Syafitri, R. (2023). Kerangka Berfikir Kuantitatif. *Tarbiyah: Jurnal Ilmu Pendidikan dan Pengajaran*, 161-166.
- Virgioni, a. a. (2020). Analisis Pengaruh Konsep AIDA Terhadap Efektivitas Periklanan: Studi Kasus Pada PT.Tomindo Inti Prima Pangkalpinang *Progresif Manajemen Bisnis*, 85.
- Widagdo. (2019). Perkembangan Elektronik Commerce (E-Commerce) di Indonesia. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 2.

Widyastuti. (2017). *Manajemen Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta Selatan: FEB-UP Press.

Wijaya, C. (2022). Pendampingan UMKM Melalui Kegiatan Pelatihan Penggunaan Sosial Media, Website, dan E-Commerce Dalam Berwirausaha. *Jurnal IlmuKomunikasi*, 211.

Wijayani, A. &. (2023). Strategi Komunikasi Pemasaran Online Shop “Queenba” Terhadap Keputusan Pembelian Produk Aksesoris di E-Commerce Shopee. *Sains Student Research*, 18.

Yusnaidi. (2019). Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran Pada PT Bank Aceh Melalui Pendekatan Teori AIDA. *Jurnal Bisnis dan Kajian Manajemen*, 73-83