

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku

- Aaker, David. 2013. *Manajemen Pemasaran Strategi*. Edisi kedelapan. Salemba Empat. Jakarta.
- Kotler, Philip dan Keller. 2012. *Marketing Management, 14<sup>th</sup> ed.* Prentice Hall Internasional Inc. New Jersey.
- Moleong, Lexy J. 2012. *Metodelogi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Silalahi, Ulber. 2015. *Metode Penelitian Sosial*. Bandung: PT. Refika Aditama.
- Smith, PR. 2017. *E- Marketing Excellence: Planning and Optimizing Your Digital Marketing*. Chennai.
- Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Bandung: PT. Alfabeta.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta, CV.
- Suryani, T. 2013. *Perilaku Konsumen di Era Internet: Implikasi Pada Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

### Skripsi dan Jurnal

- Anggraini, Perbawasari, Budiana. 2018. *Cyberbranding sebagai Upaya Membangun Brand Awareness Shopee Indonesia*. Jurnal Komunikasi dan Media Universitas Padjadjaran Vol. 2 No.2 ISSN 2527-8673.
- Aprina, Sari. 2019. *Strategi Komunikasi Pemasaran @YU.CASE.IT Melali Media Instagram*. Skripsi Program Studi Ilmu Komuniasi Universitas Islam Negeri Raden Fatah, Palembang.
- Bisri, M Hasan. 2018. *Perancangan Strategi Digital Marketing dengan Metode SOSTAC pada Startup QTAARUF*. Skripsi Program Studi Sistem Informasi, Universitas Stikom, Surabaya.
- Glucksman, M. 2017. *Rise of Social Media Influencer Marketing on Lifestyle Branding*. *Elon Journal of Undergraduate Reserch in Communications*.
- Husnawati. 2017. *Pengaruh Brand Awareness dan Persepsi Kualitas Terhadap Buying Decision Sepeda Motor Honda*. Skripsi Jurusan Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Makassar: Universitas Islam Negri Alauddin Makassar
- Kangean dan Rusdi. 2020. *Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran Shopee dalam persaingan E-Commerce Indonesia*. Jurnal Universitas Tarumanegara, Prologia Vol. 4 No 2 2020 280-287.

- Nam, L. G., & Dan, H. T. 2018. *Impact of social media Influencer marketing on consumer at Ho Chi Minh City*. The International Journal of Social Sciences and Humanities Invention, 4710 - 4714.
- Ramadhan, M Fidel. 2019. *Strategi Komunikasi Pemasaran Melalui Media Online dalam membangun Brand Awareness (Studi Kasus Kmail.id)*. Skripsi Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Prof. Dr. Moestopo, Jakarta
- Santoso, Rudi.2020. *Review of Digital Marketing & Business Sustainability of E-Commerce During Pandemic COVID-19 in Indonesia*. Jurnal Ilmu Ekonomi Terapan Universitas Dinamika Vol. 5, No 2 ISSN 2541-1470.
- Umami, Azkiyaul.2018. *Strategi Komunikasi Marketing Bisnis Retail Syariah di Minimarket SODAQO dalam Membangun Brand Awareness*. Skripsi Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah, Jakarta

### **Internet**

- Eventori.id. (2020, 23 Agustus) Eventori, Industri Kolaborasi Dunia Hiburan. Diakses pada 7 April 2021 dari <https://eventori.id/eventori-industri-kolaborasi-dunia-hiburan>
- Kompas.com (2020, 2 Februari) Eventori, Platform Kolaborasi untuk Semua Pelaku Industri Hiburan. Diakses pada 7 April 2021 dari <https://www.kompas.com/hype/read/2020/02/02/213745566/eventori-platform-kolaborasi-untuk-semua-pelaku-industri-hiburan#:~:text=CO%2DFounder%20dan%20Chief%20Communication,membuat%20sebuah%20acara%20di%20daerah.>
- Katadata.co.id (2020, 10 Juli) Covid-19 Hantam Perusahaan Digital. diakses pada 14 April 2021 dari <https://katadata.co.id/timpublikasikatadata/infografik/5f0d85f4a5d63/covid-19-hantam-perusahaan-digital>
- Katadata.co.id (2020, 9 November). Jumlah Pengguna Internet di Indonesia Capai 196,7 Juta. diakses pada 14 April 2021 dari <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/11/11/jumlah-pengguna-internet-di-indonesia-capai-1967-juta-pada-14-april-2021>
- Republika.co.id. (2020, 2 Februari) Eventori, Platform Ekosistem Dunia Hiburan Diakses pada 7 April 2021 dari <https://republika.co.id/berita/trendtek/aplikasi/20/02/03/q53375284-eventori-platform-ekosistem-dunia-hiburan>
- Tribunnews.com. (2020, 13 November) Kolaborasi UMN-Eventori: Talenta Industri Hiburan Makin Terintegrasi Dengan Teknologi Digital. Diakses pada 7 April dari

<https://www.tribunnews.com/pendidikan/2020/11/13/kolaborasi-umn-eventori-talenta-industri-hiburan-makin-terintegrasi-dengan-teknologi-digital>