

DAFTAR PUSTAKA

- Erfiana, W., & Purnamasari, D. (2023). Strategi Content Marketing Influencer Melalui Shopee Affiliate Program Pada Instagram. *Jurnal Ilmiah Komunikasi Makna*, 11(2), 134-151.
- Chai, V. M., & Aulia, S. (2024). Peran TikTok Affiliate Sebagai Strategi Membangun Brand Awareness Shop Kukai. *Prologia*, 8(1), 220-229.
- El Abidah, A. N., & Alfredo, R. (2024). Perilaku Impulsive Buying dalam Tren Affiliate Marketing Di Tiktok Shop. *Jurnal Ilmu Komunikasi Pattimura*, 3(2), 616-631.
- Noersabila, E. L., Ardiansyah, A., & Witantira, A. P. (2023). Strategi Komunikasi Pemasaran Affiliator Shopee Dalam Mempromosikan Produk. *Jurnal Inovasi dan Kreativitas (JIKA)*, 3(2), 1-12.
- Harahap, Y. A., & Sajali, H. (2024). Digital Marketing Tiktok Affiliate pada Pemasaran Produk Fashion. *Ranah Research: Journal of Multidisciplinary Research and Development*, 6(5), 1733-1743.
- Quesenberry, K. A., & Coolson, M. K. (2023). *Brand Storytelling: Integrated Marketing Communications for the Digital Media Landscape*. Rowman & Littlefield.
- Media Indonesia. (2024, 5 Februari). *Framelessplate, inspirasi modifikasi kendaraan di The Elite Showcase 2024*. Media Indonesia. <https://mediaindonesia.com/megapolitan/672242/framelessplate-inspirasi-modifikasi-kendaraan-di-the-elite-showcase-2024>
- Tribunnews. (2024, 19 Mei). *Kreativitasnya gokil! Modifikasi motor juga unjuk gigi di The Elite Showcase 2024*. Tribunnews.

<https://www.tribunnews.com/otomotif/2024/05/19/kreativitasnya-gokilmodifikasi-motor-juga-unjuk-gigi-di-the-elite-showcase-2024>

- Karina, N. D., Awalludin, D., & Bakhri, A. S. (2023, May). Pengaruh Affiliate Marketing Dalam Peningkatan Penjualan Pada Belanja Online Terhadap Perilaku Konsumen. In *Prosiding Seminar Nasional Inovasi dan Adopsi Teknologi (INOTEK)* (Vol. 3, No. 1, pp. 80-89).
- Fadhilah, L. A. (2022). PENGARUH KOMUNIKASI PEMASARAN DAN AFFILIATE MARKETING AKUN INSTAGRAM@ nazwaadinda_ TERHADAP MINAT PEMBELIAN PRODUK PADA FOLLOWERSNYA. *NIVEDANA: Jurnal Komunikasi Dan Bahasa*, 3(2), 97-109.
- Sutandi, M., Fauzi, A., Caesar, L., Putri, N. N., Viola, D. S., & Putri, O. R. I. (2024). Analisis peran Affiliate Marketing dalam Membangun Kepercayaan Pelanggan (Literatur Review Jurnal). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 5(3), 197-207.
- Krisna, I. (2023). *PENGARUH PROMOSI PENJUALAN TERHADAP PERILAKU PEMBELIAN KONSUMEN THEBODY SHOP DI INDONESIA* (Doctoral dissertation, Universitas Atma Jaya Yogyakarta).
- Noergawanti Syafitri, N. (2022). *Strategi Integrated Marketing Communication Pada Rebranding Sepatu Compass* (Doctoral dissertation, Fisip Universitas Muhammadiyah Jakarta).
- Wandira, A., Nufus, F., Kholisah, N., Suyatna, R. G., & Silviah, S. (2024). Pengaruh Digital Marketing Terhadap Kinerja Penjualan Produk UMKM Durenstory Serang. *Journal of Management and Social Sciences*, 3(1), 235-244.

Husna, F. (2023, May). Peran Affiliator Dalam Menarik Minat Belanja Konsumen. In *Seminar Nasional Pariwisata Dan Kewirausahaan (SNPK)* (Vol. 2, pp. 299-306).

Anarawan, C. (2023). *MAGANG & STUDI INDEPENDEN BERSERTIFIKAT PERAN AFFILIATE MARKETING DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN KURSUS ONLINE BERSERTIFIKAT DI YAYASAN ADIPURNA INOVASI ASIA* (Doctoral dissertation, Universitas Teknologi Digital Indonesia).

Putri, F. A. S. (2022). *Pengaruh Konten Pemasaran, Pemasaran Media Sosial, dan Kenyamanan Online di TikTok pada Proses Keputusan Pembelian Konsumen* (Doctoral dissertation, Universitas Atma Jaya Yogyakarta).