

DAFTAR PUSTAKA

- Afnan, D., & Fathurrohman. *Kegiatan Marketing Public Relations dalam Mempertahankan Citra Perusahaan*. Jurnal Soshum Insentif. 3(1), 8 - 17. <https://doi.org/10.36787/jsi.v3i1.199>
- Afrilia, A. (2018). *Personal Branding Remaja di Era Digital*. Mediator:Jurnal Komunikasi. 11(1), 20 - 30. <https://files.core.ac.uk/pdf/645/201335021.pdf>
- A'isah, S. (2022) *Pengaruh Komunikasi Pemasaran dan Affiliate Marketing Terhadap Peningkatan Volume Penjualan*.
- Altinay, L., Daniele, R., & Gregori, N. (2013). *Affiliate Marketing in Tourism: Determinants of Consumer Trust*. Journal of Travel Research. 53(2), 196 - 210. DOI: 10.1177/0047287513491333
- Andrini S.,& Rahmadani F. (2021). *Strategi Public Relations dalam Membangun Citra Perusahaan Melalui Pameran Indonesia International Motor Show (IIMS)*. Jurnal Audience: Jurnal Ilmu Komunikasi. 4(01), 38-59.
- Andriyanti, Eka., & Farida, S. N. (2022). *Pengaruh Viral Marketing Shopee Affiliate, Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Shopee Indonesia (Studi Pada Generasi Z Pengguna Tiktok Di Sidoarjo)*. Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis Universitas Multi Data Palembang. 11(2), 228 - 241.
- Batu, R. L., Halim, S., Krisnawati, I., & Situngkir, T. L. (2019). *Pengaruh Digital Marketing Terhadap Online Purchase Decision Pada Platform Belanja Online Shopee*. Jurnal Ekonomi & Bisnis. 18(2), 144 - 152.
- Batubara, J. (2017). *Paradigma Penelitian Kualitatif dan Filsafat Ilmu Pengetahuan dalam Konseling*. Jurnal Fokus Konseling. 3(2), 95. <https://doi.org/10.26638/jfk.387.2099>
- Candrasari, S.,& Naning, S. (2019). *Strategi Komunikasi Persuasif Dinas Kesehatan Kabupaten Bogor Dalam Penyuluhan Penyakit Kaki Gajah*. Kalbisocio. 6(1), 81-82.
- Chatamallah, M. (2008). *Strategi "Public Relations" Dalam Promosi Pariwisata: Studi Kasus Dengan Pendekatan "Marketing Public Relations" di Provinsi Banten*. Mediator. 9(2), 393 - 402.
- Dahroni, A., Putra, E., Putra, R. I., & Prathama, M. F. (2021). *Penerapan Metode Pemasaran*

- Affiliate Pada Digital Marketing Sistem Informasi Penerimaan Mahasiswa baru.* Jurnal INTEK. 4(1), 52 - 57.
- Dwi, A., Oxygentri, O., & Kusumaningrum, R. (2022) *Pengaruh Unggahan Dari Content Creator Program Affiliates E-Commerce Shopee Terhadap Minat Beli.* Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan. 8(23) 70-80
- Fernando, J., Kurniawati, L., & Marta, R. (2020). *Tinjauan Peran Komunikasi Keluarga Pada Kinerja Public Relations Melalui Konten Laman Resmi Media Daring KPPA.* Jurnal Komunikasi Pembangunan. 18(01), 20 - 42. <https://doi.org/10.46937/18202028620>
- Gregori, N., Daniele, R., & Altinay, L. (2013). *Affiliate Marketing in Tourism.* Journal of Travel Research, 53(2), 196–210. doi:10.1177/0047287513491333
- Gregory, A., & Watson, T. (2008). *Defining the Gap Between Research and Practice in Public Relations Programme Evaluation – Towards a New Research Agenda.* Journal of Marketing Communications. 14(5), 337 - 350.
- Hadi, A., & Prihandini, F. (2021). *Pengaruh Marketing Public Relations terhadap Loyalitas Pelanggan.* Jurnal Riset Akuntansi. 1(1), 57 - 70
- Hidayat, T. (2015). *Pengaruh Marketing Public Relations Terhadap Royalitas Pelanggan Pada PT Jalur Nugraha Eka Kurir (JNE) Bandung.* Jurnal Ekonomi, Bisnis & Entrepreneurship. 9(2), 102 - 115.
- Ivkovic, M., & Milanov, D. (2010). *Affiliate internet marketing: Concept and application analysis.* 2010 International Conference on Education and Management Technology. doi:10.1109/icemt.2010.5657647
- Lutrell, R. (2015). *Social media.* Maryland: Rowman and Little Field
- Zulfa L., & Hidayati, R. (2018). *Analisis Pengaruh Persepsi Risiko, Kualitas Situs Web, dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen E-Commerce Shopee di Kota Semarang.* Jurnal Diponegoro Journal of Management. 7(3) 1-11
- Malik, A., & Nugroho, A. (2016). *Menuju Paradigma Penelitian Sosiologi Yang Integratif.* Jurnal Sosiologi Reflektif. 10(2), (70)
- Meliala, R. (2021). *Strategi Marketing Public Relations PT Lotte Indonesia dalam Memperingati Hari Ibu.* Jurnal PIKMA: Publikasi Media Dan Cinema. 3(2), 128 - 145.
- Moleong, L. (2014). *Metode Penelitian Kualitatif.* Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Neill, S. & Schauster, E. (2015). *Gaps in Advertising and Public Relations Education:*

- Perspectives of Agency Leaders*. Journal of Advertising Education, 19(2), 5–17.
doi:10.1177/109804821501900203
- Oktarisa, V. (2022). *Pengaruh Marketing Public Relations Shopee (Program Affiliate) Terhadap Brand Awareness Pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Bengkulu Angkatan 2018-2021*. <http://eprints.mercubuana-yogya.ac.id/id/eprint/15478/>
- Onggo. (2004). *Cyber Public Relations*. Jakarta: Elex Media Komputindo
- Sa'diyah, H., & Kriyantono, R. (2018). *Kearifan Lokal dan Strategi Komunikasi Public Relations di BUMN dan Perusahaan Swasta*. Jurnal ILMU KOMUNIKASI. 15(2), 171-188.
- Shopee. (2023). *Tentang Shopee*. Shopee Karier. <https://careers.shopee.co.id/about>
- Soraya, I. (2017). *Personal Branding Laudya Cynthia Bella Melalui Instagram (Studi Deskriptif Kualitatif Pada Akun Instagram @Bandung makuta)*. Jurnal Komunikasi. 8(2), 30 - 38.
<https://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/jkom/article/view/2654/1804>
- Sugiyono, D. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Widuhung, S. M. (2021). *Strategi Marketing Public Relations Petromindo Group Di era Pandemi Covid-19*. Jurnal Public Relations-JPR. 2(1), 1 - 7.