

DAFTAR PUSTAKA

Blench, G. & Blench, M., (2004), *“Advertising and Promotion.”*, New York: McGraw- Hill. Inc.

Brodie, Roderick J. *et all.* (2011), *“Customer Engagement in A Virtual Brand Community: An Explanatory Analysis.*

Buttle, F., & Maklan, S. (2015), *“Customer relationship management: concepts and technologies, Routledge”*.

Careers.shopee.co.id/about/ (diakses 25 Juni 2020, 10.08)

Davis, F. D. (1989). *“Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology”*. MIS Quarterly. Vol. 13 No. 3. h. 319-40.

Databoks Katadata.co.id., *“Indonesia Jadi Negara dengan Pertumbuhan E-Commerce Tercepat di Dunia”*, — Disadur dari: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/04/25/indonesia-jadi-negara-dengan-pertumbuhan-e-commerce-tercepat-di-dunia>, diakses pada tanggal 07 November 2019.

Ekonomi.Kompas.com, *“Ini 3 E- Commerce yang Paling Dikenal Masyarakat Indonesia”*, <https://ekonomi.kompas.com/read/2018/11/08/172007426/ini-3-e-commerce-yang-paling-dikenal-masyarakat-indonesia>, diakses pada tanggal 05 Februari 2020.

Evans, D. (2010), *Social media marketing: An hour a day.* John Wiley & Sons.

Ghozali, Imam (2018), Aplikasi Analisis *Multivariate* dengan Program *IBM SPSS* 25, Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro Semarang, Semarang

Harris, S., & O'Gorman, K. (2014). “*Mastering gamification: customer engagement in 30 days*”. Packt Publishing Ltd.

Hamid, M., & Kuppusamy, M. (2017). “*Gamification implementation in service marketing: a literature*”, *Electronic Journal of Business & Management*, 2(1), 38-50.

iPrice.co.id., “*Peta E- Commerce Indonesia.*”, Disadur dari: <https://iprice.co.id/insights/mapofecommerce/>, diakses pada tanggal 21 Juni 2020.

Kardianawati, A., Haryanto, H., & Rosyidah, U. (2016). “Penerapan Konsep Gamifikasi *Appreciative* pada *E-Marketplace* UMKM”, *Techno. Com*, 15(4), 343-351.

Kasali, Renald, Ph. D. (2018), “*The Great Shifting Series on Disruption*”, Jakarta.

Kotler, Philip., Keller, Kevin L. (2013). “*Manajemen Pemasaran*”, Jilid Kedua, Jakarta: Erlangga.

Kotler, Philip, Gary Armstrong (2001), “*Prinsip- Prinsip Pemasaran Jilid 2.*”, Damos Alih Bahasa. Jakarta: Penerbit Erlangga.

Liputan 6.com. “*BPS: Jumlah e- Commerce di Indonesia Capai 26,2 Juta*”, Disadur dari: <https://www.liputan6.com/bisnis/read/2602680/bps-jumlahcommerce-di-indonesia-capai-262-juta>, diakses pada tanggal 06 September 2019.

Merdeka.com. “Tingkatkan Pengguna, Shopee Bakal Keluarkan Fitur Game dan Hiburan.” Disadur dari <https://www.merdeka.com/uang/tingkatkan-pengguna-shopee-bakal-keluarkan-fitur-game-dan-hiburan.html>. (Diakses pada tanggal 25 Juni 2020, 11.11)

Munawaroh, D. Y., & Hayati, M. N. (2015). “Analisis Regresi Variabel Mediasi dengan Metode Kausal *Step* (Studi Kasus: Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) Perkapita di Provinsi Kalimantan Timur Tahun 2011-2013)”. *Jurnal Ekspansional*, 6(2).

Mahayani, O. C., Aknuranda, I., & Kusyanti, A. (2018). “Pengaruh *Customer Engagement* melalui Media Sosial terhadap Kepercayaan Merek (Studi Kasus: Instagram Shopee)”. *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi dan Ilmu Komputer* e-ISSN, 2548, 964X.

Oktavianus Hermanto, A. (2017). “Pengaruh *Brand Performance* terhadap *Repeat Purchase* dengan *Competitive Advantage* dan *Customer Engagement* sebagai Variabel Intervening Pada Suzuki Dan Kawasaki”. *Jurnal Strategi Pemasaran*, 4(2), 16.

Pratomo, A. (2018). “Pengaruh Konsep Gamifikasi Terhadap Tingkat *Engagement*”. *THE Journal: Tourism and Hospitality Essentials Journal*, 8(2), 63-74.

Rahmawati, E. (2015). “Pengaruh *Customer Engagement* terhadap Kepuasan Pelanggan dan Kepercayaan Merek serta Dampaknya pada Loyalitas Merek”. *Jurnal Riset Ekonomi dan Manajemen*, 15(2), 246-261.

Rodrigues, L. F., Oliveira, A., & Costa, C. J. (2016). “*Playing seriously—How gamification and social cues influence bank customers to use gamified e-business applications*”. *Computers in human behavior*, 63, 392-407.

Sarwono, Jonathan (2012), "*Path Analysis Untuk Riset Skripsi, Tesis dan Disertasi*". Jakarta: Penerbit Elex Media Komputindo Kompas Gramedia.

Selular.id., "*Bukalapak Raih Score Tertinggi Sola Loyalitas Pelanggan.*" Disadur dari: <https://selular.id/2017/02/bukalapak-raih-score-tertinggi-soal-loyalitas-pelanggan/>, diakses pada tanggal 08 November 2019.

Setiadi, Nugroho J. (2003), "*Perilaku Konsumen: Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*", Jakarta: Kencana Perdana Media Group.

Shimp, Terence A. (2000), "*Periklanan Promosi: Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu Jilid 1.*", (Revyani Syahrial. Terjemahan), Jakarta: Penerbit Erlangga.

Shimp and Andrews, 2013, "*Advertising, Promotional, and Other Aspects of Integrated Marketing Communication*", Night Edition, South Western.

Shopback.co.id, "*Trend Perdagangan Digital Indonesia di 2019*", Disadur pada "<https://www.shopback.co.id/katashopback/trend-perdagangan-digital-di-2019>", diakses tahun 08 November 2019.

Silviani, A.P., & Cipto, R.C. (2018). "Pengaruh *Gamification, Social Media Marketing, Viral Marketing* terhadap Minat Terus Menggunakan Storial.CO". Jurnal MADANI. 1(1), 1-20.

Sugiyono (2013), "*Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*", Bandung: Alfabeta.

Sugiyono (2015), "*Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&*", Bandung: Alfabeta.

Sutisna, 2001, *“Perilaku Konsumen & Komunikasi Pemasaran”*, Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.

Teknologibisnis.com. Begini Prediksi Tren E- Commerce Sepanjang 2019. Disadur dari:<https://teknologi.bisnis.com/read/20190126/266/882696/begini-prediksi-tren-ecommerce-sepanjang-2019#>, diakses pada tanggal 06 September 2019.

Terence A. Shimp and J. Craig Andrews (2013), *“Advertising, Promotion, and Other Aspects of Integrated Marketing Communication”*. Edisi 9. South-Western.

Uchjana, Onong (2003), *“Ilmu Komunikasi: Teori dan Praktek”*, Bandung; Remaja Rosdakarya.

Verhoef, P. C., Reinartz, W. J., & Krafft, M. (2010). *“Customer engagement as a new perspective in customer management. Journal of service research”*, 13(3), 247-252.

Wicaksana, R. R., & Bajari, A. (2015). *“Kampanye produk minuman kesehatan melalui games interaktif”*. Jurnal Kajian Komunikasi, 3(1), 81-92.

www.shopee.co.id/koin-shopee (diakses 08 Juli 2020)

www.shopee.co.id (diakses 21 April 2020, 08:09)

Yang, P., Xu, T., Feng, Y., Zhao, Y., & Wang, X. (2018). *The impact of gamification elements on the evaluation of marketing activities*.