

DAFTAR PUSTAKA

Berita :

- Ade, M. K. (2020, Maret 31). *Money*. Retrieved from Kompas.com : <https://money.kompas.com/read/2020/03/31/213756026/cegah-penyebaran-corona-shopee-pastikan-barang-yang-dikirim-telah-disterilkan>
- CNN Indonesia. (2020, December 21). *Peristiwa*. Retrieved from CNN Indonesia: <https://www.cnnindonesia.com/nasional/20201221082818-20-584561/anies-perpanjang-psbb-transisi-jakarta-hingga-3-januari-2021>
- Eko, P. (2020, Maret 1). *News*. Retrieved from iNews.com : <https://www.inews.id/multimedia/photo/2-maret-2020-presiden-jokowi-umumkan-pasien-positif-covid-19-pertama-di-indonesia>
- Fabiola, F. (2020, Maret 19). *Lifestyle*. Retrieved from suara.com : <https://www.suara.com/lifestyle/2020/03/19/130257/belanjadarirumah-dari-shopee-solusi-bagi-yang-kerja-dan-belajar-di-rumah>
- Maconde.id. (2020, Maret 23). *Lifestyle*. Retrieved from Maconde.id : <https://mancode.id/berita/cegah-sebaran-virus-corona-shopee-luncurkan-kampanye-belanjadarirumah/>
- Wisnoe, M. (2020, Desember 31). *News*. Retrieved from Merdeka.com : <https://www.merdeka.com/peristiwa/data-terkini-covid-19-di-indonesia-desember-2020.html>
- Dwi, Wulandari. (2020, April 3). *News Trend*. Retrieved from mix.co.id : <https://mix.co.id/marcomm/news-trend/shopee-gelar-kampanye-belanjadarirumah/>

Jurnal :

- Berlian Nardila Putri. (2017). STRATEGI PUBLIC RELATIONS DALAM MEMBANGUN BRAND IMAGE DI MATOA INDONESIA. In *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952. (Issue 2015).
- Fika, A. W., (2018). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan *E-Commerce* Shopee Terhadap Kepuasan Konsumen Shopee Indonesia Pada Mahasiswa FE UII Pengguna Shopee. *Computers and Industrial Engineering*.
- Hasugian, J. T. M. (2015). Pengaruh Brand Identity Terhadap Brand Loyalty Melalui Brand Image dan Brand Trust. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 3(4), 923–937.
- Prabowo, Aris. Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Brand Trust, Brand Image dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Brand Loyalty Pada Air Mineral Aqua (Studi Kasus Pada Konsumen Air Mineral Aqua di Wilayah Tangerang Selatan). Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta. 2013
- Putri, G. L. B., Luik, J. E., & Yogatama, A. (2020). Pengaruh Pesan Kampanye Penjaga Amanah Gojek Melalui Youtube Terhadap Sikap Masyarakat Surabaya dalam Menggunakan Gojek. *Jurnal E-Komunikasi*, 1987, 255–256.
<http://publication.petra.ac.id/index.php/ilmu-komunikasi/article/view/11119>

Salima, N. F., RS, S., & Darsono, D. (2018). *Kampanye Public Relations dalam Mensosialisasikan Makanan Halal kepada Masyarakat*. 3, 60–78.

Syafrikurniasari, N., & Widiani, S. P. (2020). Pengaruh Pesan Kampanye No Straw Movement Di Media Sosial Terhadap Perubahan Sikap Publik. *LUGAS Jurnal Komunikasi*, 4(1), 17–26. <https://doi.org/10.31334/lugas.v4i1.937>

Buku :

A. Anditha Sari. (2017). *Dasar - Dasar Public Relations Teori dan Praktik*. E-Book : CV Budi Utama.

Aaker, D. (2010). *Manajemen Ekuitas Merek*, alih Bahasa; Aris Ananda Edisi Revisi. Jakarta: Mitra Utama.

Blakeman, R. (2015). *Integrated Marketing Communication: Creative Strategy from idea to Implementation*. New York: Rowman & Littlefield.

Clow, K. E., & Donald, B. (2016). *Integrated Advertising, Promotion, and Marketing Communications*. England: Pearson.

Coles, L. (2015). *Marketing with Social Media*. Queensland: John Wiley & Sons.

Creswell, J. W. (2018). *Research Design: qualitative, quantitative, and mixed methods approaches*. Los Angeles: SAGE.

Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Herlina, V. (2019). *Panduan Praktis Mengolah Data Kuesioner Menggunakan SPSS*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo

Kriyantono, R. (2020). *Teknis Praktis Riset Komunikasi Kuantitatif dan Kualitatif*. Jakarta: Prenadamedia Group

Nova, F. (2011). *Crisis public relations: bagaimana PR menangani krisis perusahaan*. E-book : Grasindo

Rangkuti, F. (2015) *Analisis SWOT*. Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama

Ruslan, R. (2013). *Metode Penelitian Public Relations dan Komunikasi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.

Ruslan, R. (2019). *Kiat dan Startegi Kampanye Public Relations*. Jakarta: Rajagrafindo Persada.

Sekaran, U. & Bougie, R. (2013) *Research Methods for Business: A Skill-Building Approach*. 6th Edition, Wiley, New York.

Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Website :

Shopee : <https://shopee.co.id/>

Instagram : https://www.instagram.com/shopee_id/?hl=id