

DAFTAR PUSTAKA

- Ahdiat, A. (2024). *5 E-Commerce dengan Pengunjung Terbanyak Sepanjang 2023*. Databoks.Katadata.Co.Id. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2024/01/10/5-e-commerce-dengan-pengunjung-terbanyak-sepanjang-2023>
- Brilianita, S., & Sulistyowati, R. (2023). Affiliate Marketing terhadap Minat Beli Mahasiswa di TikTok Shop. *JPEKA: Jurnal Pendidikan Ekonomi, Manajemen Dan Keuangan*, 7(2), 157–167. <https://doi.org/10.26740/jpeka.v7n2.p157-167>
- Evelyna, F. (2023). Celebrity Endorser, Price Discount dan Product Quality Terhadap Minat Beli produk Oriflame. *Inovasi Penelitian*, 4(3), 12. <https://doi.org/https://doi.org/10.47492/jip.v4i3.2767>
- Firmansyah, A. (2018). Perilaku Konsumen (Perilaku konsumen). *Cv Budi Utama*, 5 No.(september), 5–299. https://www.academia.edu/37610166/Perilaku_Konsumen_Perilaku_Konsmen_Makalah_Perilaku_Konsumen
- Ghosal, I., Prasad, B., & Behera, M. (2020). Impact of Affiliate Marketing on E-Buying Behavior of Millennial – A TAM Based Approach With Text Analysis. *SSRN*.
- Ghozali, I. (2018). Processing Data penelitian Menggunakan SPSS. *E-Book*, 1, 154.
- Helianthusonfri, J. (2018). *Panduan Affiliate Marketing untuk Pemula*. PT Elex Media Komputindo.
- Jannah, F. I., Basalamah, M. R., & Hardaningtyas, R. T. (2022). *Pengaruh Brand Ambassador Dan Discount Terhadap Minat Beli Konsumen Di Tokopedia*. 7–15. <http://repository.unisma.ac.id/handle/123456789/4396>
- Kasman, K., Abdillah, D. J., & Yusuf, M. (2023). Minat Beli Konsumen Marketplace Lazada. *Jurnal Economina*, 2. <https://doi.org/doi.org/10.55681/economina.v2i9.810>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles of Marketing* (A. Linda (ed.)). Pearson Education.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management Global 15 Edition* (W. Stephanie (ed.); Global, Vol. 15E). Pearson Education Limited.
- Kurniawan, G. (2014). *Pengaruh Life Style Dan Brand Image Terhadap Minat Beli Iphone 11*. CV. Mitra Abisatya.
- Kusumaningsih, S., Sutopo, J., & Nurlaeli, F. (2021). *Buku Panduan Marketplace*. CV. Global Aksara Pres.

- Lidia, I. (2023). *Tujuan Program Afiliasi*. Lifepack. <https://lifepack.id/5-tujuan-program-afiliasi/>
- Puspitasari, R. (2023). Pengaruh Pemasaran Afiliasi E-Commerce pada Media Sosial Terhadap Minat Beli Mahasiswa Politeknik Negeri Bandung. *International Journal Administration Business and Organization*, 4(2), 1–9. <https://doi.org/10.61242/ijabo.23.257>
- Rangga, N. A. A., Rosalinah, Y., Priadi, A., Subroto, I., Rahayuningsih, R., Lestari, R., Kusamandari, S., Yuliasari, R., Astuti, D., Latumahina, J., Purnomo, M. W., & Zede, V. A. (2021). Stastitika Seri Dasar Dengan SPSS. In R. R. Pratama (Ed.), *Media Sains Indonesia : Bandung*. CV. Media Sains Indonesia. <http://www.penerbit.medsan.co.id/>
- Saparso. (2021). *Marketing Process* (Wurdianto (ed.)). Ukrida Press.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Sutopo (ed.); Edisi 2). Alfabeta.
- Suparwo, A., & Rahmadewi, P. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Informasi Dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Minat Beli Online Di Lazada. *Jurnal Ilmiah PERKUSI*, 1(4), 446. <https://doi.org/10.32493/j.perkusi.v1i4.13380>
- Sutisna. (2016). *Perilaku Konsumen Dan Komunikasi Pemasaran* (M. R. Rakhmat (ed.)). Remaja Rosdakarya.
- Syahputri, N. M., & Marliyah, M. (2023). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Beli Terhadap Thrif Shopping di Kalangan Mahasiswa UINSU. *Jesya*, 6(1), 282–296. <https://doi.org/10.36778/jesya.v6i1.922>
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran* (Edisi 4). CV. Andi Offset.
- Tobing, W. T. M. (2022). *Pemasaran Digital Yang Perlu Anda Ketahui Di Dalam Bisnis*. Universitas STEKOM. <https://kewirausahaan-sl.stekom.ac.id/informasi/baca/Pemasaran-Digital-Yang-Perlu-Anda-Ketahui-Di-Dalam-BISNIS/21c399d6c4f86432071a3e68c8b33eeffb956e52>
- Tonce, Y., & Rangga, Y. D. P. (2022). *Minat Dan Keputusan Pembelian: Tinjauan Melalui Persepsi Harga & Kualitas Produk (Konsep dan Studi Kasus)* (Kodri (ed.)). CV. Adanu Abimata.
- Wijaya, A. (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, Persepsi Harga, Dan Asosiasi Merek Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Bisnis Terapan*, 2(01), 1–16. <https://doi.org/10.24123/jbt.v2i01.1082>