

DAFTAR PUSTAKA

- Andriyanti, Eka (2021) Viral marketing shopee affiliate berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen Shopee Indonesia (generasi Z yang menggunakan aplikasi Tiktok). Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis Universitas Multi Data Palembang
- Anggie Priscillia Natalia Angelita. 2021. Pengaruh Digital Marketing Dan Variasi Produk Terhadap Minat Beli Di Era Covid 19 Pada Pengguna Aplikasi Tokopedia. Syntax Literate: Jurnal Ilmiah Indonesia p-ISSN: 2541-0849
- Ana Ramadhayanti (2021) *Affiliate Marketing* memiliki pengaruh terhadap Volume Penjualan
- Anggie Priscillia Natalia Angelita (2021) Pengaruh Digital Marketing Dan Variasi Produk Terhadap Minat Beli Di Era Covid 19 Pada Pengguna Aplikasi Tokopedia
- Arikunto, Suharsimi. 2016. *Prosedur Penelitian*. Jakarta: PT. Rineka Cipta
- Desrini Ningsih (2019) strategi pemilihan channel penjualan sebagai implementasi dalam model afiliasi bisnis pengelolaan hotel non jaringan di kota batam
- Durianto, Darmadi, Sugiarto, L.J. Budiman. 2014, Brand Equity Ten Strategi Memimpin Pasar. PT. Gramedia Pustaka Utama.Jakarta
- Ghosal (2019) *Affiliate marketing have impacat on e-buying behavior of Millennial – A TAM based Approach with Text Analysis*
- Ghozali, Imam. 2012. *Model Persamaan Struktural : Konsep dan Aplikasi dengan Program AMOS 22*. Semarang: BP Undip
- Gibson, James, L., 2012, Organisasi, Perilaku, Struktur dan Proses, Edisi ke-5.
- Harminingtyas, Rudika, Analisis layanan website sebagai media promosi, media transaksi dan media informasi dan pengaruhnya terhadap brand image perusahaan pada hotel ciputra di kota semarang , vol. VI, p. 46, Oktober 2014
- <https://tirto.id/goiw>
- <https://pintarjualan.id/shopee-affiliate/>
- Indrajit Ghosal (2019) Impact of Affiliate marketing on e-buying behavior of Millennial – A TAM based Approach with Text Analysis

- Kingsnorth, Simon. (2016). Digital marketing strategy: An integrated approach to online marketing. London: Kogan Page Limited. McCabe, Scott.
- Kotler & Keller, 2016, Manajemen Pemasaran, Alih bahasa : Bob Sabran, Erlangga, Jakarta
- Masri, Singarimbun dan Efendi, Sofian. 2016. *Metode Penelitian Survey*. Yogyakarta : LP3ES
- Olarte -Pascual, J. Pelegrín -Borondo, and E. Reinares -Lara, “Cognitive - affective model of acceptance of model phone advertising,” *E&M Econ. Manag.*, vol. 19, no. 4, pp. 134 –148, 2016, doi: <http://dx.doi.org/10.15240/tul/001/2016 - 4 -010>
- Purba, R. S. 2016. Pengaruh Viral Marketing Melalui Aplikasi Line Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Mahasiswa Telkom University pada Tahun 2016). *E-Proceeding of Applied Science*, 2(2), 468–474.
- Sudjana. 2005. *Metode Statistika*. Bandung: Tarsito
- Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. Bandung : Penerbit CV. Alfabeta
- Zurina Patrick (2019) Factors Influencing the Intention to Use Affiliate Marketing: A Conceptual Analysis