

DAFTAR PUSTAKA

- Agung Wijoyo. (2023). *Perilaku konsumen pada platform Shopee di Indonesia*. Jurnal Manajemen dan Bisnis Digital, 5(1), 55–67.
- Alma, B. (2018). *Manajemen pemasaran dan pemasaran jasa*. Bandung: Alfabeta.
- APJII. (2024). Jumlah pengguna internet Indonesia tembus 221 juta orang. Diakses dari <https://apjii.or.id/berita/d/apjii-jumlah-pengguna-internet-indonesia-tembus-221-juta-orang>
- APJII. (2024). Sekitar 79,5% penduduk Indonesia gunakan internet pada 2024. *Databoks Katadata*. Diakses dari <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2024/04/25/sekitar-795-penduduk-indonesia-gunakan-internet-pada-2024>
- Athaya Salsabila Puan Ayu. (2023). *Analisis pengaruh digital marketing terhadap minat beli konsumen produk kosmetik* (Skripsi, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta). UPNVJ Repository. <https://repository.upnvj.ac.id/28123/>
- Badan Pusat Statistik (BPS) DKI Jakarta. (2024). *Statistik penduduk DKI Jakarta 2024*. Jakarta: BPS Provinsi DKI Jakarta.
- Badan Pusat Statistik (BPS) Jakarta Utara. (2024). *Kecamatan Kelapa Gading dalam angka 2024*. Jakarta: BPS Kota Jakarta Utara.
- Badan Pusat Statistik (BPS) Kecamatan Kelapa Gading. (2024). *Kelapa Gading dalam angka 2024*. Jakarta: BPS.
- Belch, G. E., & Belch, M. A. (2017). *Advertising and promotion: An integrated marketing communications perspective* (11th ed.). McGraw-Hill.
- Buchori, A. (2021). *Pemasaran jasa dan produk*. Jakarta: Prenadamedia Group.

Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2019). *Digital marketing: Strategy, implementation and practice* (7th ed.). Pearson.

Databoks. (2021). Sebanyak 70,5% penduduk Indonesia berada pada usia produktif.

Databoks *Katadata.* Diakses dari
<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/08/18/sebanyak-705-penduduk-indonesia-berada-pada-usia-produktif>

Databoks. (2021). Shopee jadi e-commerce paling sering dikunjungi pada 2020.

Databoks *Katadata.* Diakses dari
<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/02/04/shopee-jadi-e-commerce-paling-sering-dikunjungi-pada-2020>

Digation.ID. (2018, November 14). *Perilaku emak zaman now saat belanja*

online, kamu gitu juga moms?. Diakses dari
<https://www.digation.id/read/012279/perilaku-emak-zaman-now-saat-belanja-online-kamu-gitu-juga-moms>

Dwinita, D., & Fina, A. (2021). Karakteristik ibu dalam upaya meningkatkan perkembangan fisik motorik anak usia dini. *Jurnal Obsesi: Jurnal Pendidikan Anak Usia Dini*, 8(3), 533–547.

Dwinita, A., & Fina, L. (2021). Perilaku digital ibu milenial dalam keputusan pembelian produk bayi melalui e-commerce. *Jurnal Komunikasi dan Media Digital*, 9(2), 45–57.

Farida, I., Tarmizi, A., & Yogi, S. (2016). *Strategi promosi pemasaran*. Jakarta: Prenadamedia Group.

Fauziannor, M. (2022). *Perilaku konsumen dan minat beli di era digital*. Yogyakarta: Andi Offset.

- Fill, C., & Turnbull, S. (2016). *Marketing communications: Discovery, creation and conversations* (7th ed.). Pearson.
- iPrice. (2025). *Peta e-commerce Indonesia*. Diakses dari <https://iprice.co.id/insights/mapofecommerce/>
- iPrice. (2025). *Peta persaingan e-commerce Indonesia 2025*. Retrieved from <https://iprice.co.id>
- Japariato, E., & Adelia. (2020). Analisa pengaruh citra merek, kualitas produk dan harga terhadap minat beli konsumen pada Chatime di Surabaya. *Jurnal Strategi Pemasaran*, 7(1), 1–7.
- Jati, R. A. (2023). *Perilaku konsumen ibu milenial dalam keputusan pembelian produk bayi di marketplace Shopee* (Skripsi, Universitas Negeri Yogyakarta). UNY Repository.
- Jati, R. (2023). *Karakteristik konsumsi ibu milenial di era digital*. Bandung: Alfabeta.
- Kalodata. (2025). *Penjualan Mooimom di Shopee November 2024 – Mei 2025*. Kalodata.id. <https://kalodata.id/data/662f7071aab1c33aa6638e49/penjualan-mooimom-di-shopee-november-2024---mei-2025>
- Katadata Insight Center & Kredivo. (2024). *Laporan perilaku pengguna PayLater Indonesia 2024*. <https://kredivocorp.com/wp-content/uploads/2024/06/Laporan-Perilaku-Pengguna-Paylater-Indonesia-2024-Kredivo.pdf>
- Kotler, P. (2009). *Manajemen pemasaran* (13th ed., Jilid 1). Erlangga.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2015). *Marketing: An introduction* (13th ed.). Pearson.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2022). *Principles of marketing* (18th ed.). Pearson.

- Kotler, P., & Keller, K. L. (2021). *Marketing management* (16th ed.). Pearson.
- Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2016). *Marketing 4.0: Moving from traditional to digital*. Wiley.
- Lestari, S. N. I., Wasito Adi, B., & Setyowibowo, F. (2021). Pengaruh marketing mix terhadap minat beli produk fashion di Shopee pada mahasiswa Pendidikan Ekonomi FKIP UNS. *Jurnal Pendidikan Bisnis dan Ekonomi*, 7(2).
- Lupiyoadi, R. (2023). *Manajemen pemasaran jasa: Teori dan praktik*. Jakarta: Salemba Empat.
- Manullang, R., Reza, D., & Nugroho, A. (2024). *Pengaruh komunikasi pemasaran Shopee terhadap minat menggunakan Loka Pasar bagi pelaku usaha UMKM di Kecamatan Bogor Tengah*. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Digital*, 5(2), 45–56.
- Marlisa, N. (2022). *Ibu milenial dan pola konsumsi digital: Studi pada marketplace Shopee* (Skripsi, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta). UIN Jakarta Institutional Repository.
- Mooimom. (2025). *Tentang kami*. Retrieved from <https://www.mooimom.id>
- Mooimom Annual Report. (2023). *Annual report 2023*. Mooimom Group.
- Mooimom News. (2023). *Mooimom raih Brand Choice Award 2023*. Mooimom Press Release.
- Mooimom Official. (2025). *Mooimom kembangkan D2C brand, perkuat komunitas ibu muda di Indonesia*. DailySocial.id. <https://dailysocial.id/post/mooimom-kembangkan-d2c-brand-perkuat-komunitas-ibu-muda-di-indonesia>
- Mooimom Official. (2025). *Company profile Mooimom*. Jakarta: Mooimom Indonesia.
- Ngadimen, & Widyastuti, S. (2021). Pengaruh harga, promosi, dan kualitas produk

- terhadap minat beli konsumen di marketplace Shopee. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 18(2), 123–133.
- Pew Research Center. (2018). *Early benchmarks show 'post-millennials' on track to be most diverse, best-educated generation yet*.
- Pogorelova, E. V., Yakhneeva, I. V., Malakhova, L. I., & Suglobov, A. E. (2016). Marketing mix for e-commerce. *International Journal of Environmental and Science Education*, 11(14), 6744–6759.
- Priansa, D. J. (2017). *Manajemen pemasaran digital*. Bandung: CV Pustaka Setia.
- Puspitasari, R., & Santoso, A. (2022). Strategi e-commerce Shopee dalam persaingan pasar digital di Indonesia. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 15(2), 87–99.
- Rachmawati, E. (2011). *Strategi pemasaran*. Jakarta: Salemba Empat.
- Rahmawati Sari, D. (2021). Karakteristik ibu milenial dalam perilaku konsumsi digital. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 9(2), 122–135.
- Sawlani, D. K. (2021). *Digital marketing brand images*. Surabaya: Scopindo Media Pustaka.
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2020). *Consumer behavior* (12th ed.). Pearson.
- Setiadi, B., & Wijayanto, R. (2021). Analisis strategi pemasaran Shopee dalam meningkatkan daya saing di Indonesia. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 9(3), 211–220.
- Shopee Indonesia. (2024). *Shopee Live dan Shopee Ads sebagai strategi digital marketing*. Retrieved from <https://shopee.co.id>
- Silaningsih, E., & Utami, W. (2018). Pengaruh citra merek dan kualitas produk terhadap minat beli produk Wardah pada mahasiswi FEB UMP. *Jurnal*

Ekonomi dan Bisnis, 7(2), 56–64.

Sugiyono. (2021). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2022). *Statistika untuk penelitian*. Bandung: Alfabeta.

Sunyoto, D. (2015). *Manajemen pemasaran*. Yogyakarta: CAPS.

Sutrisno, E., & Haryani, S. (2017). Pengaruh citra merek dan persepsi harga terhadap minat beli produk smartphone Samsung. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, 6(7), 1–15.

Syahputra, D., & Wijayani, R. (2022). Pengaruh komunikasi pemasaran terhadap minat pelanggan Shopee di Kota Palembang. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 4(1), 23–34.

Tjiptono, F. (2021). *Strategi pemasaran* (5th ed.). Yogyakarta: Andi.

Turban, E., King, D., Lee, J. K., Liang, T. P., & Turban, D. (2018). *Electronic commerce: A managerial and social networks perspective* (9th ed.). Springer.

U.S. Chamber of Commerce Foundation. (2016). *The millennial generation: A demographic and economic profile*.

Verhaagen, D. (2017). *Millennial moms: Parenting in the digital age*. New York: Routledge.

Widyaratna, A. (2023). Pengaruh komunikasi pemasaran dan pengalaman pemasaran terhadap keputusan pembelian di Marketplace Shopee. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 6(1), 12–25.