

DAFTAR PUSTAKA

- A, Shimp, Terence (2003). *Periklanan Promosi & Aspek Tambahan Komunikasi. Pemasaran.Terpadu*, Jilid I (edisi 5), Jakarta: Erlangga.
- Abdillah, Willy dan Jogiyanto Hartono. 2015. *Partial Least Square (PLS): Alternatif Structural Equation Modeling (SEM) dalam Penelitian Bisnis*. Yogyakarta: Andi
- AMRULLAH, A. R. (2016). *PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MOTOR MATIC HONDA BEAT DI SURABAYA* (Doctoral dissertation, STIESIA SURABAYA).
- Andini, R., & Trianasari, N. (2021). Pengaruh Brand Ambassador Dan Brand Image Terhadap Proses Keputusan Pembelian Pada E-commerce Tokopedia (studi Kasus Pada Boy Group Bts Dan Girl Group Blackpink Sebagai Brand Ambassador). *eProceedings of Management*, 8(4).
- Arikunta, S. 2010. *Prosedur penelitian: suatu pendekatan praktik*. Edisi revisi. Cetakan ke-14. Jakarta: Rineka Cipta.
- Budianto, Apri. 2015. *Manajemen Pemasaran*. Edisi revisi Yogyakarta : Ombak.
- CNNIndonesia. 2020. Kebocoran data pengguna Tokopedia <https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20200503153210-185-499553/kronologi-lengkap-91-juta-akun-tokopedia-bocor-dan-dijual>. Diakses tanggal 28 April 2022
- Darmadi, Hamid. 2011. *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: Alfabeta.
- Darmanto dan Wardaya, S. 2016. *Manajemen Pemassaran*. Yogyakarta : CV Budi Utama.
- Doucett, Elisabeth. (2008). *Creating Your Library Brand, Communicating Your Relevance and Value to Your Patrons*. Chicago: American Library Association (E-books).
- Fandy Tjiptono. (1997). *Strategi Pemasaran*, Edisi 1, Penerbit Andi, Yogyakarta.
- Fatih Imantoro, S. S. 2018. *Pengaruh Citra Merek, Iklan dan Citra Rasa terhadap Keputusan Pembelian (survey terhadap Konsumen Mi Instan Merek Indomie di Wilayah Um Al-Hamman Riyadh)*. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 180.
- Firmansyah, A. 2019. *Pemasaran Produk dan Merek*. Yogyakarta : Qiara Media.
- Ghanimata, Fifyanita. 2012. *Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian pada Pembeli Produk Bandeng Juwana Elrina Semarang*. Tersedia : <http://core.ac.uk>. [29 November 2022].
- Hair, Joseph F., et.al. (2006). *Multivariate Data Analysis* (5th ed.). New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Halimah, 2015. *Pengaruh Brand Image Rokok Dunhill Terhadap Keputusan Pembelian Di Kota Pontianak*. *JURNAL*, 4.
- Hasibuan, Malayu. 2016. *Manajemen, Dasar, Pengertian dan Masalah*. Edisi Revisi Jakarta. Bumu Aksara.
- Herry. 2018. *Pengantar Manajemen*. Jakarta : PT Grasindo.
- Hoeffler, S. and K.L. Keller, 2003, The Marketing Advantages of Strong Brands, *Journal of Brand Management*, Vol. 10, No. 6, pp. 421-445.
- Indrasari, Meithiana. 2019. *Pemasaran dan Keputusan Pelanggan*. Surabaya : Utinomo Press.
- Inhandagency.com. (2021). *Inhandsagency.com*. Retrieved from <https://www.inhandsagency.com/brand-ambassador-untung-atau-butung/>

- Iprice.co.id (2020). Data persaingan e-commerce pada kuartal 4 2020. <https://iprice.co.id/insights/mapofecommerce/>
- Johannes, C. S., & Siagian, V. (2021). PENGARUH BRAND AMBASSADOR, KEPERCAYAAN, DAN PRICE DISCOUNT TERHADAP MINAT BELI DI APLIKASI TOKOPEDIA. *JPIM (Jurnal Penelitian Ilmu Manajemen)*, 6(2), 98-112.
- Junaidi. 2017. Titik Persentase Distribusi f. <http://junaidichaniago.wordpress.com>. Diakses tanggal 15 Agustus 2023.
- Junaidi. 2017. Titik Persentase Distribusi t. <http://junaidichaniago.wordpress.com>. Diakses tanggal 15 Agustus 2023.
- Kamilludin. 2018. *Pengaruh Brand Equity dan Kualitas Produk Keputusan Pembelian Konsumen*.
- Katadata. Data Nilai Transaksi Tokopedia, Bukalapak, dan Shopee Tahun 2014-2023. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/10/15/2014-2023-nilai-transaksi-tokopedia-terbesar-dibandingkan-e-commerce-lainnya>. Diakses tanggal 28 Juni 2022.
- Katadata. Jumlah Pengunjung Situs Bulanan 5 E-Commerce Terbesar di Indonesia (Desember 2022-Februari 2023). <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/03/15/awal-2023-pengunjung-e-commerce-indonesia-menurun> Diakses tanggal 3 Maret 2023.
- Katadata. 10 Negara Asia dengan Pengguna Internet Terbesar (Juli 2022). <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/12/22/indonesia-masuk-daftar-10-negara-pengguna-internet-terbesar-di-asia> Diakses tanggal 19 September 2022.
- Katadata. Pengguna dan Tingkat Penetrasi E-Commerce di Indonesia. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/10/10/tren-pengguna-e-commerce-2017-2023>. Diakses 28 Juni 2022
- Kertamukti, R. 2015. *Strategi Kreatif Dalam Periklanan* : Konsep, Media, Branding, Anggaran. Jakarta : Erlangga.
- Kompas.com. (2015). Retrieved from Kompas.com : <https://travel.kompas.com/read/2015/11/26/084100427/Korean.Wave.Berhasil.Promosikan.Budaya.Korea>
- Kotler, Amstrong. 2001. Prinsip-prinsip pemasaran, Edisi keduabelas, Jilid 1. Jakarta: Erlangga
- Kotler, Philip. 2002. Manajemen Pemasaran. Jilid I. Edisi Milenium. Jakarta: PT. Prehallindo.
- Kotler, Philip dan Amstrong, Gary. 2014. *Principies of Marketing* 15th Edition, Pearson, New Jersey.
- Kotler, Phillip and Gary Amstrong. 2016. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi 13. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P dan Keller, K. L. 2012. *Prinsip-prinsip pemasaran*. Jilid 1 Edisi13. Jakarta : Erlangga
- Kotler, Philip & Keller, Kevin Lane. 2013. *Manajemen Pemasaran*. Jilid 2 Edisi 13. Jakarta : Erlangga.
- Laudon, K. C., & Traver, C. G. (2017). E-Comerse 2016 business, tecnology, sociey (12th ed.). England: Britis Library Cataloguint-in.
- Lea-Greenwood, G. 2012. *Fashion Markerting Communication*. Penerbit : John Wiley dan Sons.

- Lestari, H., Sunarti, S., & Bafadhal, A. S. (2019). Pengaruh Brand Ambassador Dan Korean Wave Terhadap Citra Merek Serta Dampaknya Pada Keputusan Pembelian (Survei Online Pada Konsumen Innisfree Di Indonesia Dan China). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 66(1), 67-78
- Lubis, D. D., & Hidayat, R. (2019). Pengaruh Citra Merek dan Harga terhadap Keputusan Pembelian pada Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Sukma Medan. *Jurnal Ilman: Jurnal Ilmu Manajemen*, 5(1).
- Magdalena, P. A. et. al. 2015. *Pengaruh Brand Ambassador Terhadap International Brand Image Serta Dampaknya Terhadap Keputusan Pembelian*. Vol 23 (1), 7 hlm. Tersedia : <http://administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id> [6 Novenber 2022]
- Nulufi, K., & Murwartiningsih, M. (2015). *Minat Beli sebagai Mediasi Pengaruh Brand Image dan Sikap Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Batik di Pekalongan*. *Management Analysis Journal*, 4(2).
- Nurhayani dan Sunaryo, D. 2019. *Strategi Pemasaran Kontemporer*. Pasuruan : CV Qiara Media.
- Noble. 1999. Dovelopment in Marketing Science. *Journal*. Corall Gables, Florida: Academy of Marketing Science, Vol. 22, 1-5.
- Peter, JP dan Olson, C. 1999. *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Jakarta : Erlangga.
- Prasetyanti, N. K., & Pradekso, T. (2022). Pengaruh Popularitas BTS Sebagai Brand Ambassador Tokopedia dan Brand Associations Terhadap Brand Loyalty Pelanggan Tokopedia Kalangan Gen-Z. *Interaksi Online*, 10(4), 134-145.
- Primolassa, M. S. E., & Soebiantoro, U. (2022). Pengaruh Brand Ambassador dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian Produk melalui Aplikasi Tokopedia. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 6(2), 14557-14562.
- Putra I.M. et. al. 2014. *Pengaruh Brand Ambassador Terhadap Brand Image Serta Dampaknya Terhadap Keputusan Pembelian*. Vol 12 (1), 10 hlm. Tersedia : <https://media.neliti.com> [20 oktober].
- Rangkuti, Freddy. 2009. *Strategi Promosi Yang Kreatif Dan Analisis Kasus Integrated Marketing Communication*. Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama.
- Royan, Frans M. 2004. *Marketing Celebrities*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Sabrina, N., Azwar, A., & Sofa, N. (2017). Pengaruh Kredibilitas Brand Ambassador Selebriti Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pada Iklan Wardah Versi Dewi Sandra (Studi Kassis Mahasiswi Uin Jakarta Fakultas Ekonomi dan Bisnis). *Epigram*.
- Schiffman, Leon G. and Leslie Lazar Kanuk, 1997. *Customer Behavior*, USA: Prentice Hall Inc.
- Schiffman & Kanuk. (2004). *Perilaku Konsumen (edisi 7)*. Jakarta : Prentice Hall SouthWestern College Publishing.
- Septian, F.D. dan Rubiyanti, N. 2019. *Pengaruh Brand Ambassador Dan Country Of Origin Terhadap Keputusan Pembelian*. Vol 6 (2) 9 hlm. Tersedia : <https://openlibrary.telkomuniversity.ac.id>.
- Shinta, A. 2011. *Manajemen Pemasaran*. Malang : Universitas Brawijaya Press.
- Simamora, Bilson. 2004. *Panduan Riset Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT.Gramedia Pustaka Utama.
- Simamora, Henry. (2006). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Edisi 2. Yogyakarta: STIE.

- Sindonews.com. (2020). Retrieved from Sindonews.com: <https://ekbis.sindonews.com/berita/1453461/178/gandeng-bts-jadi-brand-ambassador-tokopedia-siap-ipo-di-luar-negeri>
- Siregar, P.N. 2016. *Pengaruh Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Konsumen Mens Biore di Bandung Utara*. Tersedia : <http://repository.unisba.ac.id> [19 Oktober 2022].
- Stephen, A. T. (2016). The role of digital and social media marketing in consumer. *Current Opinion in Psychology*, 10, 17-21.
- Sterie, W. G., Massie, J. D., & Soepono, D. (2019). PENGARUH BRAND AMBASSADOR DAN BRAND IMAGE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK PT. TELESINDO SHOP SEBAGAI DISTRIBUSI UTAMA TELKOMSEL DI MANADO. *Jurnal EMBA Vol.7 No.4*, 3139 – 3148.
- Sugiyono, 2011. *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2012). *Memahami Penelitian Kualitatif*". Bandung : ALFABETA.
- Sugiyono, 2013. *Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: PT.Alfabeta.
- Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Sujarweni, V. Wiratna. 2014. *Metode Penelitian: Lengkap, Praktis, dan Mudah Dipahami*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Suryani, Tatik. (2008). *Perilaku Konsumen; Implikasi Pada Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Suryati, L. 2019. *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta : CV Budi Utama.
- Tjiptono, Fandy. 2011. *Strategi Bisnis Pemasaran*. Yogyakarta : Andi.
- Tjiptono, Fandy, 2015. *Brand Management & Strategy*. Yogyakarta: Andi
- Tokopedia. (2021, Januari 26), Retrieved from Tokopedia.com: <https://www.tokopedia.com/blog/2021-tokopedia-tunjuk-dua-brand-ambassador-sekaligus-bts-dan-blackpink/>
- Utami, N., Silalahi, P. R., & Tambunan, K. (2022). Pengaruh Brand Ambassador terhadap Keputusan Pembelian pada e-Commerce Tokopedia (Studi Kasus Remaja Kota Medan). *JIKEM: Jurnal Ilmu Komputer, Ekonomi dan Manajemen*, 2(1), 41-46.

