

DAFTAR PUSTAKA

- Aditama, R. A. 2020. *Pengantar manajemen*. Ae Publishing.
- Amanah, A. D., Pudjianto, A., & Andayani, S. (2022, August). *Pengaruh Brand Ambassador, Digital Marketing dan Merchandise terhadap Keputusan Pembelian Lemonilo pada Nctzen Indonesia*. In Seminar Nasional Hasil Skripsi (Vol. 1, No. 01, pp. 246-249).
- Amos, Jhon. *et. al.* 2022. *Administrasi pelayanan kesehatan masyarakat*. Padang: PT. Global Eksekutif Teknologi.
- Andrian, *et. al.* 2022. *Perilaku Konsumen*. Malang: Rena Cipta Mandiri
- Arfah, Y. 2022. *Keputusan Pembelian Produk*. Padang: PT. Inovasi Pratama Internasional
- Batu, R. L., Situngkir, T. L., Krisnawati, I., & Halim, S. (2019). *Pengaruh Digital Marketing Terhadap Online Purchase Decision Pada Platform Belanja Online Shopee Pengarang*. *Jurnal Ekonomi & Bisnis*, 18(2), 144–152
- Djaali. 2021. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: PT Bumi Aksara
- Darwati, A. M., & Yulianto, E. (2019). *Pengaruh Penggunaan Western Model Sebagai Brand Ambassador Terhadap Sikap Pada Iklan Serta Dampaknya Terhadap Minat Beli*. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 69(1), 10.
- Evanirosa, *et. al.* 2022. *Metode Penelitian Kepustakaan (Library Research)*. Tangerang: Media Sains Indonesia
- Faradasya, C. I., & Trianasari, N. 2021. *Pengaruh Brand Ambassador Kpop Stray Kids Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus E-Commerce Shopee)*. *eProceedings of Management*, 8(2).
- Fatmawati, N., & Soliha, E. 2017. *Kualitas Produk, Citra Merek Dan Persepsi Harga Terhadap Proses Keputusan Pembelian Konsumen Sepeda Motor Matic "Honda."*
- Febriyantoro, M. T., & Arisandi, D. 2018. *Pemanfaatan digital marketing bagi usaha mikro, kecil dan menengah pada era masyarakat ekonomi ASEAN*. *JMD: Jurnal Riset Manajemen & Bisnis Dewantara*, 1(2), 61-76.

- Femilia, Ika. *et. al.*, 2019. *Bongkar Pela Soal UNBK SMA/MA IPS 2020*. Yogyakarta: Pustaka Widyatama.
- Firdaus dan Zamzam, 2018. *Aplikasi Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Deepublish.
- Firdaus, Fachri. *et. al.*, 2021. *Metode Penelitian Ekonomi*. Aceh: Yayasan Penerbit Muhammad Zaini
- Gita, D., & Setyorini, R. 2016. *Pengaruh Brand Ambassador Terhadap Brand Image pada Perusahaan Online Zalora.co.id*. *EProceedings of Management*, 3(1), 620–626.
- Glennardo, Y. 2018. *Viral Marketing Sebagai Media Pemasaran Sosial dalam Mendongkrak Kesadaran Masyarakat Untuk Berperan Aktif dan Bergabung dengan Organisasi Non Profit/Nirlaba*. Universitas Ma Chung.
- Gunawan, D. 2022. *Keputusan Pembelian Konsumen Marketplace Shopee Berbasis Social Media Marketing*. PT Inovasi Pratama Internasional.
- Hakim, A. 2018. *Metodologi Penelitian: Penelitian Kualitatif, Tindakan Kelas & Studi Kasus*. Sukabumi: CV Jejak (Jejak Publisher)
- Indriati, I. 2020. *Trend Pemasaran Viral Marketing Melalui Instagram dalam Mempertahankan Konsumen (Pasar Yosomulyo Pelangi)*. IAIN Metro.
- Jatiningrum, C dan Marantika, A. 2021. *Good Corporate Governance dan Pengungkapan Enterprise Risk Management di Indonesia*. Indramayu: Penerbit Adab
- Jumandi, 2022. *Sumberdaya Manusia*. Purwodadi: CV. Sarnu Untung.
- Kamarudin, Ilham, *et. Al.* 2022. *Metodologi Penelitian Kesehatan Masyarakat*. Sumatra Barat : PT Global Eksekutif Teknologi.
- Kotler, P., & Armstrong, G. 2014. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Erlangga.
- Kusumastuti, A. *et. al.* 2020. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta : Deepublish
- Lailiya, Nisfatul. 2020. *Pengaruh Brand Ambassador dan Kepercayaan terhadap Keputusan Pembelian di Tokopedia*. *Jurnal Manajemen*. 2(2). 113-126.
- Lea-Greenwood, G. 2014. *Fashion Marketing Communication*. Wiley.

- Maharani, B., Fendisty, A. L., Masjidin, U. L., Ardiyan, D., Rizky, N. D., & Hidayah, N. 2021. *Pelatihan Pemasaran Digital untuk Meningkatkan Keterampilan Pelaku UMKM di Desa Srumbung Magelang: Digital Marketing Training to Improve the Skills of MSMEs Players in Srumbung Village, Magelang. PengabdianMu: Jurnal Ilmiah Pengabdian Kepada Masyarakat*, 6(4), 434-440.
- Majid, M. S. (2022). *Pengaruh budaya adiafora dan kekuatan merek terhadap keputusan pembelian yang dimediasi oleh brand ambassador: Studi kasus mie Lemonilo Spesial NCT Dream di Kota Malang* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim).
- Mustari, Mohamad, 2022. *Administrasi dan Manajemen Pendidikan Sekolah. Bandung : Prodi S2 Studi Agama-agama UIN Sunan Gunung djati Bandung.*
- Nasri, H. 2020. *Pengaruh brand ambassador BTS terhadap purchase intention yang dimediasi oleh brand awareness Tokopedia di Indonesia. Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 8(2).
- Ningrum, R. 2020. *Peran Brand Awareness Sebagai Variabel Intervening Dalam Pengaruh Iklan dan Endorser Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Make Over* (Studi Kasus Pada Make Up Artis di Solo). *Surakarta Management Journal*, 2(1), 32-40.
- Nurdin, I dan Hartati S. 2019. *Metodologi Peneliiian Sosial*. Surabaya: Media Sahabat Cendikia
- Onsardi, O., Ekowati, S., Yulinda, A. T., & Megawati, M. 2022. Dampak Digital Marketing, Brand Image Dan Relationship Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Lina Ms Glow Kota Bengkulu. *Creative Research Management Journal*, 5(2), 10-19.
- Pintubatu, C., & Saputri, M. E. 2021. *Pengaruh Brand Image Dan Brand Ambassado Terhadap Keputusan Pembelian Pada Tokopedia. eProceedings of Management*, 8(5).
- Prasetya, D. G. A., Dewi, A. A. S. L., & Ujjanti, N. M. P. 2022. *Tinjauan Yuridis Industri E-Commerce dalam Melakukan Kegiatan Transaksi Online. Jurnal Konstruksi Hukum*, 3(2), 365-370.
- Romadlon, A., Marlien, R. A., & Widyasari, S. 2020. *Pengaruh digital marketing, kepercayaan dan kualitas produk terhadap niat beli* (Studi pada akun Instagram Kawaii Coklat).
- Roza, T. S. 2019. *Pengaruh Citra Merek, Brand Ambassador, Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian* (Studi pada Pelaku Industri Kreatif Sub Sektor Kuliner di Lampung).

- Salwani, DK. 2021. *Keputusan Pembelian Online*. Surabaya: Scopindo Media Pustaka
- Sandi, K, *et. al.* 2020. *Tutorial PHP machine learning menggunakan resresi linear berganda pada aplikasi bank sampah istimewa versi 2.0 berbasis web.* : Kreatif
- Sasiang, H. E., Ali, A., & Ruma, Z. 2022. *Pengaruh Brand Ambassador Dan Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Di Tokopedia. Indonesian Journal of Research in Economy, 1(3), 150-157.*
- Sholikah, *et. al.* 2021. *Manajemen Pemasaran : Saat Ini dan Masa Depan*. Cirebon: Penerbit Insania.
- Siregar, L. A. 2023. *Pengaruh Brand Ambassador dan Digital Marketing terhadap Keputusan Pembelian Produk Madurasa di Kecamatan Medan Timur (Studi Kasus pada PT. DBM Medan).*
- Sofiyana, MS *et. al.* 2022. *Meotodologi Penelitian Pendidikan*. Padang: Global Eksekutif Teknologi
- Sugiono. 2022. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung:Alfabeta.
- Syahkuan, Jhonny. 2022. *Manajemen Stategik Dalam Organsasi*. Pekalongan: Penerbit NEM
- Tersiana, A. 2018. *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Anak Hebat Indonesia
- Wirdah, Nurul. 2019. *Sejarah Perkembangan Dakwah Isalm Di Dusun Nnanggerang Desa Gereba*.
- Yusuf, Ade. 2022. *Manajemen Pemasaran I*. Bandung: Insan Cendikia Mandiri