

DAFTAR PUSTAKA

- Aderianti, S. (2019). Milenial, Serta 5 Generasi Sebelum dan Sesudahnya. Retrieved February 4, 2020, from <https://www.cekaja.com/info/milenial-serta-5-generasi-sebelum-dan-sesudahnya/>
- Arista, a E. D., & Astuti, S. R. T. (2011). *Analisis Pengaruh Iklan, Kepercayaan Merek, dan Citra Merek terhadap Minat Beli Konsumen*. 13(1), 37–45.
- Belch, G., & Belch, M. (2018). *Advertising and Promotion : An Integrated Marketing Communications Perspective* (Eleventh E). New York: McGraw-Hill Education.
- Bertari, S. (2019). *Pengaruh Brand Ambassador Blackpink terhadap Brand Image e-commerce Shopee*.
- Bulan, S. (2019). *PENGARUH PENGGUNAAN CELEBRITY ENDORSER ARIEF MUHAMMAD DI INSTAGRAM TERHADAP BRAND IMAGE ERIGO STORE (Survey Terhadap Followers Instagram @erigostore)*.
- Daniel, W. (2019). Wow! Transaksi e-Commerce RI 2018 Capai Rp 77 T, Lompat 151%. Retrieved December 18, 2019, from [cnbcindonesia.com website: https://www.cnbcindonesia.com/tech/20190311101823-37-59800/wow-transaksi-e-commerce-ri-2018-capai-rp-77-t-lompat-151](https://www.cnbcindonesia.com/tech/20190311101823-37-59800/wow-transaksi-e-commerce-ri-2018-capai-rp-77-t-lompat-151)
- Durianto, D. (2003). *Invasi Pasar dengan Iklan yang Efektif: Strategi, Program, dan Pengukuran*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Ferdinand, A. (2002). *Pengembangan Minat Beli Merek Ekstensi*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 19*. Semarang: Badan Penerbit Undip.
- Haryanto, A. (2019). Pengguna Internet Indonesia Didominasi Milenial. Retrieved October 29, 2019, from [detik.com website: https://inet.detik.com/telecommunication/d-4551389/pengguna-internet-indonesia-didominasi-milenial](https://inet.detik.com/telecommunication/d-4551389/pengguna-internet-indonesia-didominasi-milenial)
- Hasanah, R., & Wahid, N. A. (2019). The influence of endorser credibility on consumer's attitude toward advertising campaign and purchase intention. *International Journal of Advanced Science and Technology*, 28(14), 492–501.
- Herdanu, M. (2017). *Pengaruh Iklan Televisi Terhadap Minat Beli Pada Produk Susu Anlene Pt Fonterra Brand (Studi Di Bandar Lampung)*.
- Hermawan. (2019). Apa itu Shopee? Keunggulan Apa Saja yang Dimiliki oleh Shopee? Retrieved October 25, 2019, from [nesabamedia.com website: https://www.nesabamedia.com/apa-itu-shopee/](https://www.nesabamedia.com/apa-itu-shopee/)
- Jeko. (2015). Shopee, Aplikasi Belanja Online C2C Meluncur di Indonesia. Retrieved October 25, 2019, from [liputan6.com website: http://liputan6.com](http://liputan6.com)

<https://www.liputan6.com/tekno/read/2379136/shopee-aplikasi-belanja-online-c2c-meluncur-di-indonesia>

- Kasali, R. (1992). *Manajemen Periklanan : Konsep dan Aplikasinya di Indonesia*. Jakarta: PT Pustaka Utama Grafiti.
- Kriyantono, R. (2010). *Teknis Praktis Riset Komunikasi : Disertai Contoh Praktis Riset Media, Public Relations, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: KENCANA PRENADA MEDIA GROUP.
- Mahatma, R. (2016). Studi E-Commerce Indonesia 2016. Retrieved February 7, 2020, from <https://buattokoonline.id/data-konsumen-dan-potensi-perkembangan-ecommerce-indonesia-2016/>
- Nurfebiaraning, S. (2017). *Manajemen Periklanan*. Yogyakarta: DEEPUBLISH.
- Orenzi, B. (2019). Statistik Pengguna Digital Dan Internet Indonesia 2019. Retrieved October 29, 2019, from boc.web.id website: <https://www.boc.web.id/statistik-pengguna-digital-dan-internet-indonesia-2019/>
- Pamungkas, I. (2016). *IMC"0"Logy*. Yogyakarta: DEEPUBLISH.
- Pratama, A. (2016). Bagaimana Kiprah Shopee Selama Setahun di Dunia Marketplace Tanah Air? Retrieved October 25, 2019, from id.techinasia.com website: <https://id.techinasia.com/perjalanan-shopee-setelah-1-tahun-beroperasi-di-indonesia>
- Priyatno, D. (2014). *SPSS 22 : Pengolahan Data Terpraktis*. Yogyakarta: Penerbit ANDI.
- Priyatno, D. (2018). *SPSS : Panduan Mudah Olah Data bagi Mahasiswa dan Umum*. Yogyakarta: Penerbit ANDI.
- Putri, S. (2008). *Analisis pengaruh kepercayaan pada merek dan sikap pada iklan terhadap sikap pada merek dan purchase intention : studi kasus : Iklan Activia Versi 30' with price TAG*.
- Setiadi, N. (2013). *Perilaku Konsumen : Perspektif Kontemporer pada Motif, Tujuan, dan Keinginan Konsumen*. Jakarta: KENCANA PRENADA MEDIA GROUP.
- SHOPEE. (2019). Aksi Ronaldo di Shopee. Retrieved October 29, 2019, from Youtube website: <https://www.youtube.com/watch?v=PNuHYljRXp0>
- Sujarweni, W. (2015). *SPSS Untuk Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Sukamto, S. M. A., & Wijaksana, T. I. (2017). Iklan Melalui Youtube dan Minat Beli Produk. *Journal of Research and Applications: Accounting and Management*, 2(2), 135. <https://doi.org/10.18382/jraam.v2i2.168>
- Sunyoto, D. (2015). *Perilaku Konsumen dan Pemasaran*. Jakarta: PT Buku Seru.
- Tantia, R., Putri, I. P., Sos, S., & Si, M. (2019). Pengaruh Iklan Shopee Versi Parodi Jokowi Terhadap Keputusan Pembelian The Effect Of Shopee Advertisements Of The Jokowi Parody Version Of Purchasing Decisions. *E-Proceeding of Management*, 6(1), 1630–1633.

- Thejakartapost.com. (2019). Shopee announces Cristiano Ronaldo as newest brand ambassador. Retrieved October 29, 2019, from thejakartapost.com website: <https://www.thejakartapost.com/life/2019/08/15/shopee-announces-cristiano-ronaldo-as-newest-brand-ambassador.html>
- Widowati, H. (2019). Indonesia Jadi Negara dengan Pertumbuhan E-Commerce Tercepat di Dunia. Retrieved December 18, 2019, from databoks.katadata.co.id website: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/04/25/indonesia-jadi-negara-dengan-pertumbuhan-e-commerce-tercepat-di-dunia>
- Yusra, Y. (2018). Mengungkap Layanan E-Commerce Terpopuler di Indonesia. Retrieved October 29, 2019, from dailysocial.id website: <https://dailysocial.id/post/mengungkap-layanan-e-commerce-terpopuler-di-indonesia>