

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, David. (1991). *Managing Brand Equity: Capitalizing on the Value of Brand Name*. New York: Free Press.
- Allizera Naser Sadrabadi, M. K. (2008). Evaluating the Role of Brand Ambassadors in Social Media. *JMMCB (Journal of Marketing Management and Consumer Behavior)*. 2(3), 54-70.
- Arikunto, S. (2010). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Proposal*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Chioma Dili Ifeanyuchukwu. (2016). Effect of Celebrity Endorsements on Consumer Purchase Decision in Nigeria. *Journal of Management IT and Social Sciences*.
- CNBC Indonesia. (2019). Toko Online yang dikunjungi.
Diakses dari <https://www.cnbcindonesia.com/tech/20190516203654-37-73077/ini-toko-online-yang-paling-sering-dikunjungi-orang-ri>
- CNN. (2020) Fans K-pop Indonesia
Diakses dari <https://www.cnnindonesia.com/hiburan/20200114151427-227-465235/fan-k-pop-indonesia-kalah-ramai-dibanding-thailand-di-medsos>
- CNN. (2020). Riset Global Web Index 2020 Industri E-commerce di Indonesia
Diakses dari <https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20200205204206-206-472064/tren-dan-peluang-industri-e-commerce-di-indonesia-2020>
- Databoks. (2019). Penetrasi *E-commerce* Indonesia
Diakses dari <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2018/09/18/jawa-masih-mendominasi-penetrasi-e-commerce-indonesia>
- Detik Inet (2020) Tokopedia WIB TV Show
Diakses dari <https://inet.detik.com/cyberlife/d-5225500/tokopedia-wib-tv-show-hadir-lagi-ada-cashback-diskon-hingga-90>
- Everlin, D. (2019). Pengaruh Brand Image Dan Brand Trust Terhadap Brand Loyalty Innisfree. *Skripsi Ilmu Komunikasi Univeristas Multimedia Nusantara*.
- Fitranto, M.E. (2020). Brand Ambassador Performance and the Effect Consumer Decision Using VisCAP Model on Online Marketplace Indonesia. *Sriwijaya International Journal*. 4(1), 21-30.

- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS 23 (Edisi 8). Cetakan ke VIII*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gounaris, S. Stathakopoulos, V (2004). Antecedents and Consequences of Brand Loyalty: An Empirical Study. *Journal of Brand Management* 11. 11, 283-306.
- Hapsari, M. I. (2019). Costumer loyalty: Effects of sales information system, marcomm, and brand ambassador. *Indonesian Journal of Communication Studies*.
- Hardani. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif*. Yogyakarta: Pustaka Ilmu.
- Humaira Mansoor Malik, M. Q. (2016) The Impact of Celebrity Endorsement on Consumer Behavior. *British Journal of Marketing Studies*. 26, 112-127.
- IDN Times. (2019). Penghargaan Stray Kids
Diakses dari <https://www.idntimes.com/hype/entertainment/niswa-aulia-1/daftar-awards-yang-sukses-stray-kids-sabet-sejak-debut-c1c2>
- Indrawati. (2015). *Metode Penelitian Manajemen dan Bisnis Konvergensi Teknologi Komunikasi dan Informasi*, Bandung: Aditama.
- Instagram. (2020). Akun resmi Shopee Indonesia
Diakses dari [instagram.com/shopee_id](https://www.instagram.com/shopee_id)
- iPrice. (2020). iPrice E-commerce Kuartal 3 2020
Diakses dari <https://iprice.co.id/insights/mapofecommerce/>
- JYP Entertainment Stray Kids. (2020). Diakses dari <https://straykids.jype.com/>
- Karnataka, B. (2013) Influence of Brand Ambassadors on Buying Behavior of Soft Drinks: With Refernce to Belgium City. *International of Journal Research*. 1(4), 9-18.
- Kertamukti, Rama. (2015). *Strategi Kreatif dalam Periklanan (Konsep Pesan, Branding, Anggaran)*, Jakarta: PT. Raja Grafindo.
- Khatri, P (2006). A Strategic Promotion Perspective. *Indian Media Studies Journal*.
- Khoza K. (2012). Analisis Brand Trust dan Brand Loyalty Konsumen Garuda Indonesia. *WIDYA*. 29(324), 41-48.
- Kompas. (2019). APJII Jumlah Pengguna Internet di Indonesia

- Diakses dari <https://tekno.kompas.com/read/2019/05/16/03260037/apji-jumlah-pengguna-internet-di-indonesia-tembus-171-juta-jiwa>
- Kredivo Katadata Insight. (2019). *Aktivitas Belanja Online*
Diakses dari kic.katadata.co.id
- Kriyantono, R. (2012). *Teknis Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana.
- Kutz, M. (2016). *Introduction to E-Commerce: Combining Business and Information Technology*. London: bookboon.com.
- Laksmono, Y. A. (2015) Pengaruh Citra Merek Terhadap Loyalitas Merek Kamera DSLR Canon. *Skripsi Ilmu Komunikasi UIN Yogyakarta*.
- Laudon, K. C. & Traver C. G. (2016). *E-commerce 2016: Business, Technology, Society*. New York: Pearson.
- Lea-Greenwood, Gaynor. (2012). *Fashion Marketing Communications E-book*. Somerset, NJ, USA: Wiley.
- Olivia, L. R. (1999). Ehence Consumer Loyalty. *Journal of Marketing*.
- Pramesthi, A. J. (2020). Pengaruh BTS Sebagai Brand Ambassador Terhadap Brand Switching. *Jurnal Ilmu Komunikasi Universitas Telkom*.
- Pranata, Mayzila. (2019). Pengaruh Komunikasi Pemasraan Terpadu Dan Ekuitas Merek Terhadap Loyalitas Konsumen Pada CV. Laris Motor Cabang Air Haji. *Jurnal Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi KBP*
- Rahadi, S. V. (2019). Pengaruh Brand Ambassador Blackpink Sebagai Brand Image Shopee. *Skripsi Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara*.
- Ramadhanty, G. P. (2020). Pengaruh Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian (Survei pada Penggemar Boyband Exo sebagai Brand Ambassador Nature Republic). *Skripsi Ilmu Komunikasi UIN Suka*.
- Rangkuti, Freddy. (2009). *Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus. Integrated Marketing Communcation*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Rizan, M. Saidani, B. dan Sari, Y. (2012). Pengaruh Brand Image Dan Brand Trust Terhadap Brand Loyalty Teh Botol Sosro, Survei Konsumen Teh Botol Sosro di Food Court ITC Cempaka Mas, Jakarta timur. *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*.

- Samosir, S. L. (2016). Pengaruh Penggunaan *Brand Ambassador* Dewi Sandra Terhadap Putusan Pembelian Kosmetik Wardah Di Kota Bandung. *Jurnal Ilmu Komunikasi Universitas Telkom*. 15(2), 233-240
- Santoso, S. (2014). *Statistik Parametrik Edisi Revisi*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Sedarmayanti dan Hidayat, Syarifudin. (2011). *Metodologi Penelitian*. Bandung: Mandar Maju.
- Schiffman, L. G. & Kanuk, L. (2009). *Perilaku Konsumen Edisi 7*. Jakarta: Indeks.
- Shimp, T. A. (2003). *Periklanan Promosi & Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Erlangga.
- Shopee. (2019). Diakses dari <https://careers.shopee.co.id/about/>
- Shopee (2020). Diakses dari <https://help.shopee.co.id/s/article/Apa-itu-Shopee-Loyalty>
- Shopee. (2020). Stray Kids Ambassador Shopee
Diakses dari <https://shopee.co.id/inspirasi-shopee/stray-kids-jadi-brand-ambassador-shopee-indonesia-nantikan-penampilannya-dalam-tv-show-shopee-11-11-big-sale/>
- Soraya, I. (2015). Pengaruh Promosi dan Ekuitas Merek Terhadap Loyalitas Konsumen Cipaganti Travel. *Jurnal Komunikasi*, 4(2).
- Sudaryono. (2018). *Metodologi Penelitian*. Depok: Rajawali Pers.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta, CV.
- Sujarweni, V. (2014). *Metode Penelitian: Lengkap, Praktis, dan Mudah Dipahami*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Supardi. (2013) *Aplikasi Statistika dalam Penelitian Konsep Statistika yang Lebih Komprehensif*. Jakarta: Change Publication.
- Surachman, S. (2008). *Dasar-Dasar Manajemen Merek*. Malang: Bayumedia Publishing.
- Susilawati, S. (2020). Pengaruh Terpaan Tayangan Iklan Shopee Versi Blackpink Terhadap *Brand Loyalty* Mahasiswa Jakarta. *Jurnal Ilmu Komunikasi Universitas Tarumanegara*. 4(1).
- The Jakarta Post. (2020). Stray Kids Shopee Indonesia brand ambassadors.

Diakses dari <https://www.thejakartapost.com/life/2020/11/05/k-pop-group-stray-kids-named-shopee-indonesia-brand-ambassadors.html>

Trendtech.id. (2020). Riset MarkPlus, Inc

Diakses dari <https://trendtech.id/riset-shopee-menjadi-e-commerce-paling-diingat-konsumen/>

Twitter. (2020). Akun resmi Shopee Indonesia

Diakses dari twitter.com/ShopeeID

Tjiptono, F. (2011). *Strategi Pemasaran Edisi 3*. Yogyakarta: ANDI OFFSET.

Utomo, W. I. (2017). Pengaruh *Brand Image*, *Brand Awareness*, dan *Brand Trust* Terhadap *Brand Loyalty* Pelanggan *Online Shopping* (Studi Kasus Karyawan Di BSI Pemuda). *Jurnal Komunikasi BSI*. 8(1).

Vishwas Maheswari. G. L. (2014). Determinants of Brand Loyalty: A Study of the Experience-Commitment-Loyalty Constructs. *International Journal of Business Administration*. 5(6), 13-24.

Wafiy, A. H. (2020) Pengaruh Brand Ambassador Lucas Wavy Terhadap Brand Image Neocoffee. *Skripsi Ilmu Komunikasi Universitas Telkom*.

Widyatmoko, K. Pribadi, A. A. (2019). Pengaruh Fungsi Iklan Dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan Gojek. *Jurnal Ilmu Komunikasi Universitas Tarumanegara*. 3(1).

Youtube Shopee Indonesia (2020). Shopee 2.2 Men Sale

Diakses dari <https://youtu.be/dJhTLXXW6Pk>