

DAFTAR PUSTAKA

- Achmad, N. & Kuswati, R., (2015). *Buku Latihan Metodologi Penelitian Bisnis*. Surakarta: Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Agus Tri Haryanto, "Riset: Ada 175,2 Juta Pengguna Internet di Indonesia". (<https://inet.detik.com/,28,2020>). Diakses pada 4 November 2020.
- Amiyami, Rofi. (2016). *Teknik Sampling*. Yogyakarta: Universitas Negri Yogyakarta.
- Anderson, Marcus. Per Ekman. (2016). *Ambassador networks and place branding*. Journal of Place Management and Development. Vol. 2 Iss 1 pp. 41 – 51. <https://www.emerald.com/>. Diakses pada 4 November 2020.
- Danang Sunyoto. (2015). *Manajemen dan Pengembangan Sumber Daya Manusia*. Yogyakarta: Center for Academic Publishing Service.
- Dwi Hadya Jayani, "Pengguna dan Tingkat Penetrasi E-Commerce di Indonesia 2017- 2023". (<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/10/10/tren-pengguna-e-commerce-2017-2023#,29,2020>). Diakses pada 4 November 2020.
- Fikadiyanti, Dinda. (2020). "Pengaruh Kredibilitas Brand Ambassador Iqbaal Ramadhan Dan Kredibilitas Merek Terhadap Minat Beli Aplikasi Ruangguru Pada Pelajar Di Jawa Barat". Skripsi. Fakultas komunikasi dan bisnis, Ilmu Komunikasi, Universitas Telkom, Bandung. Diakses pada 4 November 2020.
- Ghozali, Imam. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program. IBM SPSS 23* (Edisi 8). Cetakan ke VIII. Semarang : Badan Penerbit. Universitas Diponegoro. Handaru, Agung Wahyu.
- Hermawan Riyadi, "Apa itu Tokopedia? Apa Saja Kelebihan, Kekurangan dan Fitur yang Dimiliki Tokopedia?". (<https://www.nesabamedia.com/apa-itu-tokopedia/>). Diakses pada 14 November 2020.
- Hutter, Katja. Julia Hautz. (2018). *The impact of user interactions in social media on brand awareness and purchase intention: the case of MINI on Facebook*. Journal of

- product and brand management emerald insight*. Vol. 22 Issue: 5/6, pp.342-351.
<https://www.emerald.com/>. Diakses pada 22 November 2020.
- Indrawati. (2015). *Metode Penelitian Manajemen dan Bisnis Konvergensi*. Bandung : Teknologi Komunikasi dan Informasi, Aditama.
- Iprice, “*The Map of Ecommerce in Indonesia*”.
 (https://iprice.co.id/insights/mapofecommerce/en/). Diakses pada 8 November 2020
- Kertamukti, R. (2015). *Strategi Kreatif dalam Periklanan* : Konsep Pesan, Media, Branding, Anggaran. Depok: PT Raja Grafindo Persada
- Kotler, P., & Keller, K. (2016). *Marketing Management* (15th Ed). London: Pearson Education Limited.
- Liputan 6. (2019). “*Bakar Duit, Tengok Nilai Belanja Iklan TV dari E-Commerce*”.
 (https://www.liputan6.com/bisnis/read/4132657/bakar-duit-tengok-nilai-belanja-iklan-tv-dari-e-commerce). Diakses pada 16 November 2020.
- Maulana, Shabur Miftah. Heru Susilo. Riyadi. (2015). *Implementasi E-Commerce Sebagai Media Penjualan Online (Studi Kasus Pada Toko Pastbrik Kota Malang)*.
 Jurnal Administrasi Bisnis Universitas Brawijaya. Vol. 29.
<http://administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id/>. Diakses pada 14 November 2020.
- Makmur, Rakhmat. 2018. *Manajemen Ecommerce*. Bandung : Informatika Bandung.
- Priansa, D. J. (2017). *Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Bandung: Pustaka Setia.
- Priansa, D. J. (2017). *Perilaku Konsumen*. Bandung: Alfabeta.
- Purwaningwulan, M. M., Suryana, A., ud Wahyudin, U., & Dida, S. S. (2018). *The Uniqueness of Influencer Marketing in The Indonesian Muslim Fashion Industry on Digital Marketing Communication Era*. In International Conference on Business, Economic, Social Science and Humanities (ICOBEST 2018). Atlantis Press. <https://www.atlantispress.com/>. Diakses pada 8 November 2020.

- Putra, Adri Maulana. (2016). *“Pengaruh Dimensi Brand Ambassador Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Pada Pengguna Bukalapak Di Malang)”*. Skripsi. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya, Malang. Diakses pada 4 November 2020.
- Samosir, Ligia Stephani. Yuliani Rachma Putri. Sylvie Nurfebriaraning. (2016). *Pengaruh Penggunaan Brand Ambassador Dewi Sandra Terhadap Putusan Pembelian Kosmetik Wardah Di Kota Bandung*. Jurnal sosioteknologi. Vol. 15 No. 02. <https://media.neliti.com/>. Diakses pada 8 November 2020.
- Sarwono, Jonathan. 2017. *Mengenal Prosedur-Prosedur Populer dalam SPSS 23*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Cetakan kedua puluh lima. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Cetakan kedua puluh lima. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sujarweni, Wiratna (2015). *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Sunyoto, Danang. 2016. *Metodologi Penelitian Akuntansi*. Bandung: PT Refika. Aditama.
- Tjiptono, Fandy. 2019. *Strategi Pemasaran*. Edisi ke-4. Yogyakarta :CV. ANDI OFFSET.
- Tokopedia,” *Tokopedia kisah kami*”.(<https://www.tokopedia.com/about/our-story>). Diakses pada 6 November 2020)
- Tokopedia,” *Tokopedia/bisnis kami*”, (<https://www.tokopedia.com/about/our-business>). Diakses pada 6 November 2020)
- Tokopedia, *“Tokopedia umumkan BTS sebagai brand ambassador”*. (<https://www.tokopedia.com/blog/tokopedia-announces-bts-as-the-companys-brand-ambassador/>). Diakses pada 6 November 2020.
- Tokopedia, *“Tentang Kami”*. (<https://www.tokopedia.com/about/our-story#bts-section>) Diakses pada 6 November 2020.

Widhi, Agung Kurniawan, Zarah Puspitaningtyas. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif*
Yogyakarta: Pandiva Buku.

Widyastuti, Sri. (2017). *Manajemen Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta Selatan :
FEBUPPress.