

## DAFTAR PUSTAKA

- A.Jacob, A., Lopian, S. V., & Mandagie, Y. (2018). PENGARUH DAYA TARIK IKLAN DAN CITRA PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK CHITATO CHIPS PADA MAHASISWA FEB UNSRAT. *Jurnal EMBA* .
- Andriani, F. (2021). PENGARUH IKLAN DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN TOKOPEDIA (Studi Kasus Pada Pengguna Tokopedia di Jabodetabek). *Jurnal Inovatif Mahasiswa Manajemen*.
- Aziky, A., & Masreviastuti. (2018). PENGARUH PERIKLANAN DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK E-COMMERCE Shopee.co.id. *Jurnal Aplikasi Bisnis*.
- Bangun, A. A. (2017). PENGARUH BRAND AMBASSADOR TERHADAP BRAND IMAGE SERTA DAMPAKNYA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi Pada Pengguna Smartphone Oppo Di Kota Medan) . *Universitas Sumatra Utara*.
- Banjarmahor, A. R. (2021). *Manajemen Komunikasi Pemasaran*. Medan: Yayasan Kita Menulis.
- Banjarnahor, Y. M. (2021). ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI CONTINUANCE INTENTION (STUDI KASUS PADA PENGGUNA GO-FOOD DI KOTA BANDUNG). *Open Library Telkom University*.
- Denastra, M. D. (2021). Pengaruh Iklan Dan Brand Ambassador Christiano Ronaldo Terhadap Minat Beli Konsumen Shopee. *Universitas Sanata Dharma*.
- Elvina, A., Nugroho, N., Hutabarat, F. A., Ivone, & Ciamas, E. S. (2021). Pengaruh Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembeli (Di Platform E-Commerce Shopee Dan Tokopedia). *Jurnal Ekonomi, Keuangan, Investasi dan Syariah (EKUITAS)*.

- Firmansyah, A. (2019). *PEMASARAN PRODUK DAN MEREK (PLANNING & STRATEGY)*. Surabaya: CV. Penerbit Qiara Media .
- Firmansyah, M. (2020). *KOMUNIKASI PEMASARAN*. Pasuruan: CV. Penerbit Qiara Media.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariete dengan Program IBM SPSS 23 8th edition* . Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariete dengan Program IBM SPSS 23. Edisi 8*. Semmarang: Badan Penerbit Universitas Diponoegoro.
- Ginting, F. L. (2019). PENGARUH IKLAN DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN TEH PUCUK HARUM PADA MAHASIWA EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS SUMATERA UTARA. *Universitas Sumatra Utara*.
- Gunarto, T. Y. (2015). HUBUNGAN TINGKAT PENDIDIKAN DENGAN PREFERENSI PEMILIHAN MODEL BISNIS TOKO ONLINE. *Universitas Gunadarma*.
- Indrasari , M. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: Unitomo Press.
- Indrasari, M. (2019). *PEMASARAN & KEPUASAN PELANGGAN*. Surabaya: Unitomo Press.
- Kotler, & Amstrong. (2018). *Prinsiple of Marketing*. United Kigdom: Pearson Education Limited.
- Kotler, P. (2016). *Marketing Management*. England: Pearson Limited Edition.
- Kotler, P., & Keller, K. (2016). *Marketing Management 15 edition*. England: Pearson Education Limited.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2017). *Marketing Management 12 edition*. England : Pearson Education.
- Kotler, P., Kertajaya, H., & Setiawan, I. (2017). *Marketing 4.0 Moving from Tradisional to Digital*. Canada: Simultaneously.

- Lazada.co.id. (2021, Oktober). *Lazada.co.id*. Retrieved from [www.lazada.co.id](http://www.lazada.co.id)
- Lista, O. S. (2021). PENGARUH BRAND AMBASSADOR AGNEZ MO TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PADA LAZADA DI KOTA BANDUNG. *Open Library Telkom University*.
- Mawadah, E. M. (2020). PENGARUH BRAND AMBASADOR DAN KESADARAN MEREK TERHADAP PROSES KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK DI TOKOPEDIA DENGAN CITRA MEREK SEBAGAI INTERVENING. *Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta*.
- Muslim, S. A. (2020). Pengaruh Penggunaan Brand Ambassador dan Brand Image Idol K-Pop terhadap Keputusan Pembelian . *Universitas Muhammadiyah Surakarta*.
- Narida, M. G. (2020). Brand Image dalam Persaingan Iklan E-commerce dengan Menggunakan Brand Ambassador (Analisis Semiotika Iklan Shopee ‘Bisa Tuku Saiki’ versus Tokopedia x BTS). (*Journal Of Media and Communication Science*) Vol 3 No 1.
- Panjaitan, R. (2018). *Manajemen Pemasaran*. Semarang: PENERBIT SUKARNO PRESINDO.
- Panjaitan, R. (2018). MANAJEMEN PEMASARAN. Semarang: PENERBIT SUKARNO PRESSINDO.
- Prawoto, A. T. (2018). *Analisis Regresi Dalam Penelitian Ekonomi dan Bisnis*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Priansa, D. (2017). *Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Bandung: CV Pustaka Setia.
- Rangkuti, F. (2017). *Riset Pemasaran*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Rikki. (2021). PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SAMSUNG GALAXY S20 SERIES. *Open Library Telkom University*.

- Stephen, A., Canthikia, A., Subrata, D., & Veronika, D. (2019). Pengaruh Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. Vol 02 No.2. *Indonesia Business Review*.
- Sudaryono. (2016). *Manajemen Pemasaran Edisi 1*. Yogyakarta: Andi.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D)*. Bandung: Cv. Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Pendidikan (Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi, R&D dan Penelitian Pendidikan)*. Bandung: Alfabeta.
- Sujarweni, W. (2015). *SPSS untuk Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Tambunan, F. (2019). PENGARUH BRAND AMBASSADOR SEAN GELAEEL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KENTUCKY FRIED CHICKEN (KFC)(STUDI PADA KONSUMEN TRANSMART BUAH BATU, BANDUNG 2019). *Open Library Telkom University*.
- Tjiptono, F. (2019). *Strategi Pemasaran. Edisi Ke - 4*. Yogyakarta: ANDI.
- Widyastuti, S. (2017). *KOMUNIKASI PEMASARAN TERPADU*. Jakarta Selatan: FEB- UP Press.
- Yolanda, R., & Soesanto, H. (2017). Pengaruh Persepsi Kualitas Produk, Daya Tarik Promosi, dan Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Brand Image Sebagai Variabel Intervening. *Diponegoro Journal of Management. Vol 6*.

Website :

Adstensity (2021). *Adstensity*. Retrieved from <http://www.adstensity.com/>

Hootsuite, W. &. (2021). *Wearesocial & Hootsuite*. Retrieved from <https://wearesocial.com>

eLQ. (2018, July). *DailySocial.id*. Retrieved from <https://dailysocial.id/>

enterpenuer.uai.ac.id. (2017). *entrepreneur.uai.ac.id*. Retrieved from <https://entrepreneur.uai.ac.id/>

Index, G. W. (2019). *Global Web Index*. Retrieved from [Www.gwi.com](http://www.gwi.com)

jpmorgan.com. (2021). *jpmorgan.com*. Retrieved from [www.jpmorgan.com](http://www.jpmorgan.com)

Lazada.co.id. (2021, Oktober). *Lazada.co.id*. Retrieved from [www.lazada.co.id](http://www.lazada.co.id)

machine,m.(2019). *merchantmachine.co.uk*. Retrieved from <https://merchantmachine.co.uk/>

Moneter.id (2017). *Moneter.id*. Retrieved from <https://moneter.id/>

technobusiness.id. (2019). *technobusiness.id*. Retrieved from [www.technobusiness.id](http://www.technobusiness.id)

ekonomi.bisnis.com. (2021). *ekonomi.bisnis.com*. Retrieved from <https://ekonomi.bisnis.com/>

technobusiness.id. (2019). *technobusiness.id*. Retrieved from [www.technobusiness.id](http://www.technobusiness.id)

Index, G. W. (2019). *Global Web Index*. Retrieved from [Www.gwi.com](http://www.gwi.com)

Kompas..com (2018). *Kompas.com*. Retrieved from <https://www.kompas.com/>

Marketing.co.id. (2020). Retrieved from [Www.marketing.co.id](http://www.marketing.co.id)