

DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, Willy. (2018). *Metode Penelitian Terpadu Sistem Informasi – Pemodelan Teoretis, Pengukuran, dan Pengujian Statistis*. Yogyakarta: Andi.
- Arradian, D. (2021). 'Selama Pandemi, Pembeli dan Penjual di Tokopedia Meningkatkan Drastis', <https://tekno.sindonews.com>.
- CNBC. (2019). ' Ini Toko Online yang Paling Sering Dikunjungi Orang RI', <https://www.cnbcindonesia.com/tech/20190516203654-37-73077/ini-toko-online-yang-paling-sering-dikunjungi-orang-ri>
- Castillo, D. J., Fernández, R. S.,. (2019). *The role of digital influencers in brand recommendation: Examining their impact on engagement, expected value and purchase intention*. ScienceDirect.
- Dio Firdaus. (2018). Resmi, Blackpink Kini Menjadi Brand Ambassador Regional Shopee. HAI [Internet]. Tersedia di: <https://hai.grid.id/read/071243306/resmi-blackpink-kini-menjadi-brandambassador-regional-shopee> [2 Desember 2019]
- Felbert, A. V., Breuer, C.,. (2021). *How the type of sports-related endorser influences consumers' purchase intentions*. Emerald Insight.
- Firmansyah, M. A., & Se, M. (2019). *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)*. Penerbit Qiara Media.
- Foster, B. (2016). 'Impact of Brand Image on Purchasing Decision on Mineral Water Product "Amidis" (Case Study on Bintang Trading Company).', *American Research Journal of Humanities and Social Sciences (ARJHSS) ISSN (Online) : 2378-7031*, Vol.2, 201.
- Gita, D., & Setyorini, R. (2016). Pengaruh Brand Ambassador Terhadap Brand Image Pada Perusahaan Online Zalora. co. id. *eProceedings of Management*, 3(1).
- Hamzah, F. (2018). 'Pengaruh Brand Ambassador Terhadap Minat Beli Untuk Produk Indihome Pada PT. Telekomunikasi Indonesia Tbk Kota Makassar', *Jurnal Center of Economic*, Vol 1, No.

- Indrawati, P. (2015). *Metode Penelitian Manajemen dan Bisnis*. Bandung: PT Refika Aditama.
- iPrice. (2019). Peta E-Commerce Indonesia. iPrice [Internet]. Tersedia di: <https://iprice.co.id/insights/mapofecommerce/> [2 Desember 2019]
- Kertamukti, R. (2015). *Strategi Kreatif dalam Periklanan: Konsep Pesan, Media, Branding, Anggaran*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Kotler, P., Keller, K. L., & Armstrong, G. (2017). *Marketing Management*. 15th global edition. England: Pearson Educationn Limited.
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller, (2016): *Marketing Management*. 15th Edition New Jersey: Pearson Pretice Hall, Inc.
- Lestari, H., Sunarti, S., & Bafadhal, A. S. (2019). Pengaruh Brand Ambassador Dan Korean Wave Terhadap Citra Merek Serta Dampaknya Pada Keputusan Pembelian (Survei Online Pada Konsumen Innisfree Di Indonesia Dan China). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 66(1), 67-78
- Lien, et al (2015). 'Online Hotel Booking: The Effects Of Brand Image, Price, Trust And Value On Purchase Intentions.', *Asia Pacific Management Review*, 20. pp.210.
- Livya, S. (2018). 'Pengaruh Celebrity Endorsement Terhadap Purchase Intention Dengan Brand Awareness Sebagai Variabel Mediasi Pada Produk Green Tea Esprecielo Allure.', *Jurnal Manajemen Pemasaran*, Vol. 12, No. 1.
- Lusiah, dan Hendra, (2017). 'The Impact of Brand Image, Product Quality and Self-Efficacy on Purchase Decisions on Private Label Rights (PLR) Products among Medan City Community Members.', *Expert Journal of Business Management*, Vol.5, Iss.
- Muhammad, A. (2021). 'Pengalaman 6 Tahun Sebagai Pengguna Tokopedia Berakhir Buruk', www.mediakonsumen.
- Muhtadin, M. dan Tjahyono. D. (2018). 'Pengaruh Brand Ambassador terhadap Brand Image Shampo Pantene di Bandung', *Jurnal of Manajemen*, Vol.5, 2 A.
- Ningrum, N. S. (2016). 'Pengaruh Brand Ambassador Terhadap Minat Beli Konsumen MD Clinic By Lazeta', *Bisnis dan Iptek*, Vol 9, No.

- Hanifah, N. (2020). 'Analisis Perilaku Konsumen Dalam Memutuskan Pembelian Secara Online Pada Masa Pandemi Covid-19.'
- Hani, S., Marwan, A., Andre, Azouri., (2018). The effect of celebrity endorsement on consumer behavior: Case of the Lebanese jewelry industry. ScienceDirect.
- Pasi. (2019). Ini Alasan Shopee Tunjuk Cristiano Ronaldo Sebagai Brand Ambassador. BOLA [Internet]. Tersedia di: <https://www.bola.net/bolatainment/ini-alasan-Shopee-tunjuk-cristianoronaldo-sebagai-brand-ambassador-f383fa.html> [2 Desember 2019]
- Permana. (2016). *Tahap-Tahap Periklanan*. Jakarta: Pustaka Sinar Harapan.
- Praditya, D. (2019). *Prediksi Perkembangan Industri E-commerce Indonesia pada Tahun 2022*, <http://techinasia.com>.
- Priansa, D. J. (2017). *Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Bandung: Pustaka Setia.
- Priansa, D. J. (2017). *Perilaku Konsumen*. Bandung: Alfabeta.
- Rahadi, D. (2011). 'Pengaruh Karakteristik Website Terhadap Kepuasan Pelanggan', *Jurnal Teknologi Informasi Politeknik Telkom*, Vol 1, No.
- Rochim, M. dan Annisa L. (2018). 'Hubungan antara Brand Ambassador Bandung Makuta dengan Minat Calon Konsumen', *repository unisba* URI: <http://hdl.handle.net/123456789/24028>.
- Safira, P. U. (2020). 'Celebrity Brand Ambassador and E-WOM as Determinants of Purchase Intention: A Survey of Indonesian Celebrity Cake'.
- Samosir, L. S., Putri, Y. R., & Nurfebriani, S. (2016). 'Pengaruh Penggunaan Brand Ambassador Dewi Sandra Terhadap Putusan Pembelian Kosmetik Wardah Di Kota Bandung', *Jurnal Sositologi*, 15(2), 233.
- Schiffman, L., Wisenblit, L., (2015). *Consumer Behavior*. Edisi Sebelas. Pearson Education.
- SimilarWeb (2021). 'Top Shopping Free Apps Ranking - Most Popular Apps In Indonesia', <https://www.similarweb.com/apps/top/google/store-rank/id/shopping/top-free/>
- Siringoringo, L. (2021). 'Nama baru Gojek dan Tokopedia, GoTo yang artinya juga

- gotong royong', www.industri.kontan.co.id.
- Smartmoney (2021). '10 E-Commerce Terbaik Berdasarkan Kunjungan Kuartal I - 2021', <https://smart-money.co>.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sujarweni, V. W. (2015). *Metode Penelitian Bisnis dan Ekonomi*, Cetakan Pertama. Yogyakarta: Paper Plane.
- Sundayana, Rostina. (2014). *Statistika Penelitian Pendidikan*. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Sokolova, K., Kefi, H., (2019). *Instagram and YouTube bloggers promote it, why should I buy? How credibility and parasocial interaction influence purchase intentions*. ScienceDirect.
- Tempo (2021). 'Pandemi, Tokopedia Catat Lonjakan Penjualan Terbesar Berasal dari 3 Provinsi Ini', <https://bisnis.tempo.co/read/1445569/pandemi-tokopedia-catat-lonjakan-penjualan-terbesar-berasal-dari-3-provinsi-ini>
- Tokopedia (2020). *Situs Jual Beli Online Terlengkap, Mudah & Aman*, <https://www.tokopedia.co.id>.
- Vanisya, M. (2021). 'Penagihan OVO Paylater yang Mengganggu Sekali', www.mediakonsumen.
- Weismueller, J., Harrigan, P., Wang, S., Soutar, G, N.,. (2020). *Influencer endorsements: How advertising disclosure and source credibility affect consumer purchase intention on social media*. ScienceDirect.