

DAFTAR PUSTAKA

- Amin, A. M., & Yanti, F. (2021). *INVEST: Jurnal Inovasi Bisnis dan Akuntansi Motivation On The Decision To Purchase Korean Skincare Products Nature Republic Motivasi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Korea Nature Republic*. 2(1), 1–14. <http://journal.almatani.com/index.php/invest/article/view/111>
- Andini, Natsaya Putri, Suharyono, & Sunarti. (2014). Pengaruh Viral Marketing Terhadap Kepercayaan Pelanggan Dan Keputusan Pembelian Online Melalui Media Sosial Instagram). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 11(1), 1–6. administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id
- Anwar, R., & Adidarma, W. (2016). PENGARUH KEPERCAYAAN DAN RISIKO PADA MINAT BELI BELANJA ONLINE Rosian Anwar 1 Wijaya Adidarma 2. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Sriwajaya*, 14, 2.
- Doucett, E. (2008). *Creating your library brand: Communicating your relevance and value to your patrons*. American Library Association.
- Dougherty, C. (2002). *Introduction to econometrics* (2nd ed.). Oxford University Press.
- Firmansyah, A. (2019). *Pemasaran Produk dan Merek (Planning & Strategy)*. Qiara Media.
- Geurin, A. N. (2020). Sport brand ambassadors' experiences in sponsored user-generated branding programs. *Sport, Business and Management: An International Journal*, 10(4), 451–470. <https://doi.org/10.1108/SBM-08-2019-0065>
- Ghozali, I. (2011). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19, Edisi 5, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang. In *Terhadap Penghindaran Pajak Di Perusahaan Manufaktur, Skripsi, Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia, Jakarta*.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23*

(8th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Gustini, S., & Istiqomah. (2020). Pengaruh Iklan Dan Label Halal Produk Wardah Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Desa Bandar Jaya Kecamatan Sekayu. *Jurnal Adminika Volume*, 7(1), 20–39.

Hair, J. F. J., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2010). *Multivariate Data Analysis* (7th ed.). Pearson College Division.

Ilaisyah, H. L., & Sulistyowati, R. (2020). Pengaruh Brand Ambassador dan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Market Place Tokopedia. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 8(3), 904–910. <https://jurnalmahasiswa.unesa.ac.id/>

Katadata. (2021). *Nilai Transaksi E-Commerce Mencapai Rp 266,3 Triliun pada 2020*. Katadata.Co.Id. databoks.katadata.co.id/datapublish

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management Global Edition* (Vol. 15E). <https://doi.org/10.1080/08911760903022556>

Kurniawan, A. W., & Puspitaningtyas, Z. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif* (1st ed.). Pandiva Buku.

Lailliya, N. (2020). Pengaruh Brand Ambassador dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian di Tokopedia. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 2(2), 113–126.

Larasari, E., Lutfi, & Mumtazah, L. (2018). Pengaruh Brand Ambassador Dan Event Sponsorship Terhadap Purchase Intention Dengan Brand Image Sebagai Variabel Intervening. *Sains: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 11(1), 261–280. <https://doi.org/https://doi.org/10.35448/jmb.v10i2.4234>

Lupiyoadi, R., & Ikhsan, R. B. (2015). *Praktikum Metode Riset Bisnis* (1st ed.). Salemba Empat.

Nawang Sari, S., & Pramesti, W. N. (2017). Pengaruh Kepercayaan, Kualitas Layanan, dan Keamanan Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Tokopedia.com). *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 4(3), 385–394.

<https://doi.org/10.31843/jmbi.v4i3.131>

Nurmanah, I., & Nugroho, E. S. (2021). *Pengaruh Kepercayaan (Trust) Dan Kualitas Pelayanan Online (E-Service Quality) Terhadap Keputusan Pembelian Online Shop Bukalapak*. 5(1), 11–21.
<https://doi.org/10.31602/atd.v5i1.3384>

Quesenberry, K. A. (2019). *Social media strategy : marketing, advertising, and public relations in the consumer revolution*.

Rahmadi, H., & Malik, D. (2018). Pengaruh Kepercayaan Dan Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Pembelian E-Commerce Pada Tokopedia.Com Di Jakarta Pusat. *Reformasi Administrasi*, 3(1), 126–145.
<https://doi.org/10.31334/.v3i1.100>

Selly, S., Lie, D., Efendi, E., & Nainggolan, N. T. (2019). Pengaruh Iklan Dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Situs Belanja Online Lazada (Studi Kasus Pada Mahasiswa Semester VI Program Studi Sarjana Manajemen Stie Sultan Agung). *SULTANIST: Jurnal Manajemen Dan Keuangan*, 7(1), 46–55.
<https://doi.org/10.37403/sultanist.v7i1.136>

Simmiliar Web. (2021). *Simmiliar Web/tokopedia*. May 2021.
<https://www.similarweb.com/website/tokopedia.com/#overview>

Su'aidy, S., Soehardi, S., Winarso, W., Syarief, F., Untari, D.T. 2021. Supplier Selection of 40th Container In Pt Tribudhi Pelita Indonesia Using Analytical Hierarchy Process (Ahp) Method Academy of Strategic Management Journal, 2021, 20(SpecialIssue2), pp. 1–6

Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (19th ed.). Alfabeta.

Sumarno, F. (2014). *Analisis Pengaruh Kepercayaan, Keamanan, Kualitas Pelayanan, dan Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Situs Jejaring Sosial*.

Suparwi, S., & Fitriyani, S. (2020). Pengaruh Product Knowledge, Brand Image,

dan Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian Top White Coffe Mahasiswa FEBI IAIN Kudus 2016-2017. *BISNIS : Jurnal Bisnis Dan Manajemen Islam*, 8(2), 253. <https://doi.org/10.21043/bisnis.v8i2.8764>

Tokopedia. (2019). *Tokopedia Brand Asset Guidelines*. <https://www.tokopedia.com/about/news>

Tokopedia. (2021). *2021, Tokopedia Tunjuk Dua Brand Ambassador Sekaligus: BTS dan BLACKPINK*. tokopedia.com/blog

Wahyuni, S., & Pardamean, J. (2016). Pengaruh Iklan, Harga Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Simpati Di Institute Perbanas. *Jurnal Studi Manajemen Dan Bisnis*, 3(1), 1–18. <https://eco-entrepreneur.trunojoyo.ac.id/jsmb/article/view/2565>

We Are Social, & HootSuite. (2021). *DIGITAL 2021: INDONESIA*. <https://datareportal.com/reports/digital-2021-indonesia>

Yulikasari, R., & Pramusinto, H. (2016). Pengaruh Kesiapan Belajar, Kompetensi Profesional Guru Dan Lingkungan Belajar Terhadap Motivasi Belajar Mata Pelajaran Kearsipan. *Economic Education Analysis Journal*, 5(3), 825–837.