

DAFTAR PUSTAKA

- Alinea.id. (2020). Transaksi *e-commerce* didominasi generasi Z dan milenial. Retrieved March 19, 2021. from <https://www.alinea.id/gaya-hidup/transaksi-e-commerce-didominasi-generasi-z-dan-milenial-b1ZRL9woj>
- Anugerah, F. H. (2020). *Pengaruh Brand image, Brand Ambassador, Word of mouth dan Testimony in social media terhadap keputusan pembelian Hijab Sulthanah di kota Tegal*. 6(Pebruari), 35–43.
- Atmoko, T. P. H. (2018). Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Volume Penjualan Di Cavinton Hotel Yogyakarta. *Journal of Indonesian Tourism, Hospitality and Recreation*, 1(2), 83–96.
- Ayu, Sagia. (2018). Pengaruh Brand Ambassador, Brand Personality Dan Korean Wave Terhadap Keputusan Pembelian Produk Nature Republic Aloe Vera. *Jurnal Manajemen Bisnis Indonesia*, 5, 294
- Budi, Fandi. (2019). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan *Brand ambassador* terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Bisnis dan Manajemen Islam*, 8, 260-262.
- Cnbcindonesia.com. (2021). *Persaingan Panas! 2021 Tokopedia Kalahkan Shopee*. Retrieved March 18, 2021. from <https://www.cnbcindonesia.com/tech/20210225181934-37-226221/persaingan-panas-awal-2021-tokopedia-kalahkan-shopee>
- Dr. Darmanto, M. ., & Drs. Sri Wardaya, M. (2016). MANAJEMEN PEMASARAN untuk mahasiswa, usaha mikro kecil dan menengah. Surakarta: CV Budi Utama.
- Dr. Sandu Siyoto, SKM., M.Kes & M. Ali Sodik, M. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Literasi Media Publishing
- Entrepreneur bisnis.com. (2020). *Promosi Produk, Indonesia Ramai Pakai Ikon Artis Korea Selatan - Entrepreneur Bisnis.com*. Retrived March 26, 2021, from <https://entrepreneur.bisnis.com/read/20200921/88/1294418/promosi-produk-indonesia-ramai-pakai-ikon-artis-korea-selatan>
- Firmansyah Anang. (2019). Pemasaran Produk dan Merek (*planning & strategy*). Surabaya: CV Media Qiara.
- Fitrianto, E. M., . N., & . I. (2020). Brand Ambassador Performance and the

- Effect to Consumer Decision Using VisCAP Model on Online Marketplace in Indonesia. *Sriwijaya International Journal of Dynamic Economics and Business*, 4(1), 21.
- Hardani, S.Pd., M. S., et al. (2020). *Buku Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*. Yogyakarta: CV Pustaka Ilmu Group Yogyakarta
- Iprice.co.id. (2020). Find Out E-commerce Competition in Indonesia. Retrieved March 16, 2021, from <https://iprice.co.id/insights/mapofecommerce/en/>
- Katadata.co.id. (2019). Indonesia Jadi Negara dengan Pertumbuhan E-Commerce Tercepat di Dunia / *Databoks*. Retrieved March 26, 2021, from <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/04/25/indonesia-jadi-negara-dengan-pertumbuhan-e-commerce-tercepat-di-dunia>
- Katadata.co.id. (2019). 96% Pengguna Internet di Indonesia Pernah Menggunakan E-Commerce / *Databoks*. Retrieved March 24, 2021, from <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/12/03/96-pengguna-internet-di-indonesia-pernah-gunakan-e-commerce>
- Katadata.co.id. (2021). 10 E-Commerce dengan Pengunjung Situs Bulanan Tertinggi (Kuartal I-2021)/ *Databoks*. Retrieved July 13, 2021, from <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/06/11/jumlah-pengunjung-tokopedia-kalahkan-shopee-pada-kuartal-i-2021#>
- Katadata.co.id. (2019). Pelaku e-commerce Didominasi Usia Muda / *Databoks*. Retrieved March 19, 2021, from <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/04/01/pelaku-e-commerce-didominasi-usia-muda>
- Sholihat Apriwati. (2018). Pengaruh Promosi Penjualan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Di Krema Koffie. *Jurusan Ilmu Komunikasi*. 5(1), 1–15.
- Lestari, H., Sunarti, & 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.
- Ling, T. S., & Pratomo, A. W. (2020). Pengaruh Brand Image, Persepsi Harga dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen The Highland

- Park Resort Hotel Bogor. *Jurnal Ilmiah Pariwisata Kesatuan*, 1(1), 31–42.
- Mix.co.id. (2021). *Massifnya Merek-Merek Indonesia Manfaatkan Korean Wave - MIX Marcomm*. Retrieved January 7, 2021. from <https://mix.co.id/marcomm/news-trend/massifnya-merek-merek-indonesia-manfaatkan-korean-wave/>
- Masyita, D. A., & Yuliati, A. L. (2017). Pengaruh brand ambassador dian sastrowardoyo terhadap brand image produk makeup L'OREAL PARIS (studi pada konsumen L'OREAL kota BANDUNG). *Jurnal Riset Akuntansi Mercu Buana*, 3(1), 41.
- Misri, & Sasmita, Y. (2019). Pengaruh Brand ambassador dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Pada Handphone Oppo (*Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi*). 58–66.
- Mukti, A. P., Ms, M., & P, D. R. H. (2020). *Marketing Mix on People ' s Business Credit Guarantee Service*. 12(02), 3222–3229.
- Mukti Aji, L. P. (2018). The Influence of Celebrity Endorser and Attitudes on Advertising towrads Attitudes on Brand and Repurchase Intention. *International Journal of Social Science and Business*, 2(2), 46.
- Nurhadi. (2019). Manajemen Strategi Pemasaran Bauran (Marketing Mix) Perspektif Ekonomi Syariah. *Human Falah*, 6(2), 141–157.
- Nurmalasari, D., & Istiyanto, B. (2021). *Pengaruh Kualitas Produk , Harga Promosi dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Lipstik Merek Wardah di Kota Surakarta The Influence of Product Quality , Promotion Price and Brand Image on Purchasing Decisions of Wardah Brand Lipstick in the City of*. 08, 42–49.
- Perdana, E. (2016). *Olah Data Skripsi Dengan SPSS 22*. Pangkal Pinang: Lab Kom Manajemen FE UBB
- Rahmawati. (2016). Manajemen Pemasaran. Samarinda: *Mulawarman University Press*
- Rima Nabila Raswen. (2018). Pengaruh Brand Ambassador BlackPink terhadap Citra Perusahaan Shopee pada Mahasiwa Di UIN Suska Riau. *Jom Fisip*, 53(9), 1689–1699.
- Sari Dewi, L. G. P., Edyanto, N., & Siagian, H. (2020). The Effect of Brand

- Ambassador, Brand Image, and Brand Awareness on Purchase Decision of Pantene Shampoo in Surabaya, Indonesia. *SHS Web of Conferences*, 76, 01023. *SHS Web of Conferences*, 76, 01023.
- Sarwono, J. (2006). *Metode Penelitian Kuantitatif & kualitatif*. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Shinta, A. (2011). *Manajemen pemasaran*. Malang: UB Press
- Simanjuntak, L., & Ep, A. (2020). Pengaruh Celebrity Brand Ambassador dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Wardah. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 9(3), 276–283.
- Similarweb. (2021). Tokopedia Traffic Ranking & Marketing Analytics. Retrieved April 11, 2021. from <https://www.similarweb.com/website/tokopedia.com/#overview>
- Soepono, D. (2019). Pengaruh Brand Ambassador Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pt. Telesindo Shop Sebagai Distributor Utama Telkomsel Di Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 7(3)
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D*. Bandung: CV Alfabeta
- 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
- Sujarweni, (2019). *Metodologi Penelitian Bisnis Dan Ekonomi Pendekatan Kuantitatif*. Yogyakarta: PT. Pustaka Baru Press
- Sukma Wardani, E., & Santosa, A. (2020). The Influence of Hallyu, Brand Ambassador and Brand Image on the Consumer Purchase Decision on Nature Republic Products in Yogyakarta. *E-Jurnal Apresiasi Ekonomi*, 8(2), 203–211.
- Suparwi & SF. (2020). Pengaruh *Product Knowledge, Brand Image, Dan Brand Ambassador* Terhadap Keputusan Pembelian Top White Coffe Mahasiswa FEBI IAIN Kudus 2016-2017. *Jurnal Bisnis dan Manajemen Islam*, 8(2),53
- Supriyadi Eko, Mariani Scolastika, S. (2017). Perbandingan Metode Partial Least

- Square (Pls) Dan Principal Component Regression (Pcr) Untuk Mengatasi Multikolinearitas Pada Model Regresi Linear Berganda. *Unnes Journal of Mathematics*, 6(2), 117–128
- Supriyadi, S., Wiyani, W., & Nugraha, G. I. K. (2017). Pengaruh Kualitas Produk Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 4(1)
- Tagar.id. (2020). *Arti Lambang Burung Hantu dan Keranjang Tokopedia*. Retrieved April 16, 2021, from <https://www.tagar.id/arti-lambang-burung-hantu-dan-keranjang-tokopedia>
- Tokopedia.com. (2021). *2021 Tokopedia Tunjuk Dua Brand Ambassador Sekaligus: BTS Dan BLACKPINK*. Retrieved March 29, 2021. from <https://www.tokopedia.com/blog/2021-tokopedia-tunjuk-dua-brand-ambassador-sekaligus-bts-dan-blackpink/>
- Utomo, G. W., & Prabawani, B. (2017). Pengaruh Brand Ambassador Dan Citra Merk Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Suzuki Type Nex. *Jurusan Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro*, 9(5), 1–14.