

DAFTAR PUSTAKA

- Ardiansyah, P. W., & Nilowardono, S. (March 2019). The Influence of Brand Image, Product Innovation and Social Media Marketing on Samsung Smartphone's Buying Interest: Case Study on Narotama University Students. *International Journal of Entrepreneurship and Business Development*, Vol 2 No 2.
- Anshori, M., & Iswati, S. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Surabaya: Airlangga Press University.
- Ardiansyah, P. W., & Nilowardono, S. (2019). The Influence of Brand Image, Product Innovation and Social Media Marketing on Samsung Smartphone's Buying Interest: Case Study on Narotama University Students. *International Journal of Enterperneurship and Business Development (Vol 2 No 2, 1-12*.
- Ariawaty, R. N., & Evita, S. N. (2018). *Metode Kuantitatif Praktis*. Bandung: PT Bima Pratama Sejahtera.
- Catriana, E. (2020, Juli 06). *E-Commerce Mana yang Paling Banyak Digunakan untuk Belanja Online Saat Puasa?* Retrieved from money.kompas.com: <https://money.kompas.com/read/2020/07/06/081700426/e-commerce-mana-yang-paling-banyak-digunakan-untuk-belanja-online-saat-puasa-?page=all>
- Destiani, G. P. (2020). Pengaruh Brand Ambassador Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Mie Sedaap Korean Spicy Chicken Di Bandung. *Telkom University*, 1-50.
- Dewi, C. G. (2019). *Penyelesaian Sengketa Pelanggaran Merek*. Sleman: CV Budi Utama.
- Febrianto, D. M. (2020). Pengaruh Brand Image Brand Trust Terhadap Minat Beli Konsumen Di PT. Pandu Persada Bandung 2020. *Telkom University*, 1-55.
- Femina. (2014, November 19). *Chelsea Islan Jualan Online Sejak SMA*. Retrieved from Femina.co.id: <https://www.femina.co.id/celebrity/chelsea-islant-jualan-online-sejak-sma>

- Firmansyah, M. A. (2019). *Pemasaran Produk dan Merek Planning dan Strategy*. Pasuruan: CV Penerbit Qiara Media.
- Firmansyah, M. A. (2020). *KOMUNIKASI PEMASARAN*. Pasuruan: CV Penerbit Qiara Media.
- Grant, R. (2020, September 19). *Strategi Marketing Tokopedia*. Retrieved from <http://barteritonline.com>: <http://barteritonline.com/strategi-marketing-tokopedia/>
- Hakim, A. R. (2017). Pengaruh Brand Image Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Bimbel Tridaya. *e-Proceeding of Applied Science*, 1-7.
- Hamzah, F. F. (2018). Pengaruh Brand Ambassador Terhadap Minat Beli Untuk Produk. *Center of Economic Student Journal*, 123-132.
- Heryanto, I., & Triwibowo, T. (2018). *PATH ANALYSIS MENGGUNAKAN SPSS dan EXCEL*. Bandung: INFORMATIKA.
- Indrawan, R., & Yaniawati, R. P. (2014). *Metodologi penelitian kuantitatif, kualitatif, dan campuran untuk manajemen, pembangunan, dan pendidikan*. Bandung: Refka Aditama.
- iPrice Group. (2020, September 30). *Peta E-Commerce Indonesia*. Retrieved from <https://iprice.co.id>: <https://iprice.co.id/insights/mapofecommerce>
- Jeko. (2015, September 21). *5 Situs e-Commerce manzilat*. Retrieved from liputan6.com: <https://www.liputan6.com/tekno/read/2322305/5-situs-e-commerce-terbaik-di-indonesia>
- Kotler, P., & Keller, K. (2012). *Marketing Management 13*. New Jersey: Pearson Prentice Hall, Inc.
- L.TORUAN, N. N. (2020). Pengaruh E-Service Quality Dan Brand Image Terhadap Minat Beli Konsumen Melalui Aplikasi Tiket.Com Di Kota Bandung. *Telkom University*, 6-40.
- Lea-Greenwood, G. (2012). *Fashion Marketing Communications E-book*. Somerset ,NJ, USA: Wiley.

- Manzilati, A. (2017). *Metodelogi penelitian kuantitatif : Paradigma, Metode, dan Aplikasi*. Malang: UB Press.
- Mardani, A. S. (2018). Pengaruh Brand Ambassador Terhadap Minat Beli Bandung Kunafe Cake. *Telkom University*, 1-52.
- Miranti, A. (2016, April 1). *Soal Belanja, Isyana Punya Favorit Yang Bikin 'Tetap Dalam Jiwa'*. Retrieved from Kapanlagi.com: <https://www.kapanlagi.com/infeed/soal-belanja-isyana-punya-favorit-yang-bikin-tetap-dalam-jiwa-2648.html>
- Muhith, A., & Siyoto, S. (2018). *Aplikasi Komunikasi Terapeutik Nursing & Health*. Yogyakarta: ANDI.
- Ningrum, N. S. (2016). Pengaruh Brand Ambassador Terhadap Minat Beli Konsumen MD Clinic By Lazeta. *Bisnis dan Iptek Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Pasundan Bandung*, 141-152.
- Portia, O. B., Li, G., & Philip, A. (2017). The Effect of Personality (Brand Ambassadors) on Advertisement and Consumers Purchase Intentions in the Telecommunication Industry. *IGI Global*, 1-11.
- Prasetyo, B. D., Febriani, N. S., Asmara, W. W., Tamitiadini, D. D., Destrity, N. A., Avina, D. A., & Illahi, A. K. (2018). *Komunikasi Pemasaran Terpadu (Pendekatan Tradisional Hingga Era Modern)*. Malang: UB Press.
- Priansa, D. J. (2017). *Komunikasi Pemasaran Terpadu Pada Era Media Sosial*. Bandung: Pustaka Setia Bandung.
- Purwanto, E. A., & Sulistyastuti. (2017). *Metode penelitian kuantitatif: Untuk administrasi publik dan masalah-masalah sosial*. Yogyakarta : Gava Media.
- Rachmawati, A. R. (2018, Februari 13). *Traffic Data Bandung Lebih Tinggi dari Jakarta*. Retrieved from <https://www.pikiran-rakyat.com>: <https://www.pikiran-rakyat.com/ekonomi/pr-01293488/traffic-data-bandung-lebih-tinggi-dari-jakarta-419488>

- Respati, W. D. (2017). Pengaruh Brand Ambassador, Brand Image dan Kualitas Produk terhadap Minat Beli Produk Lipstik Wardah (Studi Kasus pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember). *Universitas Muhammadiyah Jember*, 2-70.
- Rusmiati, N. N., Sugiati, I. A., Purnami, S., & Amerta, I. S. (2020). The effect of brand image and country of origin on consumer buying interest: case study on Yamaha NMAX motorcycle in Denpasar city. *International Research Journal of Management, IT & Social Sciences (Vol.7 No.3)*, 1-12.
- Schiffman, L., & Kanuk, L. L. (2010). *Consumer Behavior 10th Edition*. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Silalahi, U. (2015). *Metode Penelitian Sosial Kuantitatif*. Bandung: PT Refka Aditama.
- Sinaga, & Halimtussyaddiah. (2018). Pengaruh Brand Ambassador dan Brand Image Terhadap Minat Beli Konsumen Produk FreshCare (Studi pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Medan). *Journal Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara*.
- Solopos.com-Newshire. (2020, Mei 2). *Siapa Hacker Pembobol Tokopedia? Ini Jawabannya*. Retrieved from Solopos.com: <https://www.solopos.com/siapa-hacker-pembobol-tokopedia-ini-jawabannya-1059325>
- Sugiyono. (2013). *Metodelogi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Administrasi*. Bandung: Alfa Beta.
- Suhartanto, D. (2014). *Metode Riset Pemasaran*. Bandung: Alfabeta.
- Suherman, A. (2020). *Buku Ajaran Teori-Teori Komunikasi*. Sleman: CV Budi Utama.
- Sujarweni, V. W. (2015). *Metodologi Penelitian - Bisnis & Ekonomi*. Yogyakarta: Pustaka Baru.
- Sumiati, Rosita, N. H., & Yulianti, I. (2016). *Brand Dalam Implikasi Bisnis*. Malang: UB Press.

- Sunyoto, D. (2018). *Konsep Dasar Riset Pemasaran & Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: PT Buku Seru.
- Tokopedia. (2020, Oktober 6). *Bisnis Kami*. Retrieved from Tokopedia.com: <https://www.tokopedia.com/about/our-business>
- Tribun Timur . (2019, Februari 17). *TRIBUNWIKI: Tokopedia Jadi Aplikasi Terbaik Android dan iOS, Ini Sejarah dan Pendirinya*. Retrieved from <https://makassar.tribunnews.com>:
<https://makassar.tribunnews.com/2019/02/17/tribunwiki-tokopedia-jadi-aplikasi-terbaik-android-dan-ios-ini-sejarah-dan-pendirinya?page=all>
- Usman, O., & Aryani, Y. (2019). The Effect of Brand Ambassador, Brand Image, Product Quality, and Price on Purchase Intention. *SSRN*, 1-19.
- Usman, O., & Aryani, Y. (2020). THE EFFECT OF BRAND AMBASSADOR, BRAND IMAGE, PRODUCT. *SSRN International*, 1-9.
- Widito, Y. (2015, Juli). *Apa itu Tokopedia dan Apa Saja Fitur Di Dalamnya*. Retrieved from www.infomudah.com/: <https://www.infomudah.com/info-mudah/apa-itu-tokopedia-dan-apa-saja-fitur-di-dalamnya/>
- Yasa, A. (2018, Juni 20). *Ini Kota-Kota Teraktif Belanja Daring di Indonesia Ketika Periode Ramadan*. Retrieved from <https://ekonomi.bisnis.com/>:
<https://ekonomi.bisnis.com/read/20180620/12/807626/ini-kota-kota-teraktif-belanja-daring-di-indonesia-ketika-periode-ramadan>
- Yudhanto, Y. (2018). *Information technology Business Start-Up ilmu dasar merintis start-up berbasis teknologi informasi untuk pemula*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.