

DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrahman, N. H. (2015). *Manajemen Strategi Pemasaran*. Bandung: Pustaka Setia.
- Achmad, N. & Kuswati, R., (2015). *Buku Latihan Metodologi Penelitian Bisnis*. Surakarta: Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Agmeka, F., Wathoni, R. N., & Santoso, S. (2019). *The Influence of Discount Framing towards Brand Reputation and Brand Image on Purchase Intention and Actual Behaviour in e-commerce*. Science Direct.
- Al Fathsya, C. (2020). *Pengaruh Brand Ambassador Daniel Wenas Terhadap Respon Khalayak Konsumen Hoops Indonesia*. Open Library Telkom University.
- Assauri, S. (2017). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT.Raj Grafindo Persada.
- Aulia, M. K. (2018). *Pengaruh Brand Ambassador Terhadap Brand Image pada Mamahke Jogja*. Open Library Telkom University.
- Bayu, D. J. (2020). *Jumlah Pengguna Internet di Indonesia Capai 196,7 Juta*. Databoks. Diakses tanggal 15 Januari 2021 dari: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/11/11/jumlah-pengguna-internet-di-indonesia-capai-1967-juta#:~:text=Jumlah%20Pengguna%20Internet%20Berdasarkan%20Provinsi&text=Hasil%20survei%20Asosiasi%20Penyelenggara%20Jasa,9%25%20dibandingkan%20pada%202018%20lalu>.
- Cece, I. Sen. (2015). *Pengaruh Brand Origin, Brand Ambassador dan Brand Image Terhadap Minat Beli Sepatu Macbeth di Sogo Galaxy Mall Surabaya*. Manajemen Kinerja.
- Chaffey, D. dan F. E. C. (2016). *Digital Marketing*. In Sixth Edition Pearson.
- Facebook Lazada Indonesia (2020). *Lazada siap #GodaiKamuLagi bareng Agnes Monica hanya di Lazada 10.10 tanggal 8-10 Oktober dengan promo-promo menarik. Ini itu cuma 10ribu! Catat tanggal mainnya. Jangan mau ketinggalan*. Facebook Lazada. Diakses tanggal 19 Januari 2021 dari: <https://m.facebook.com/LazadaIndonesia/posts>
- Firmansyah, M. A., & Se, M. (2019). *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)*. Penerbit Qiara Media.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hafilah, E., Chaer, V., & Usman, O. (2019). *The Effect of Brand Ambassador, Brand Image, Product Quality, and Price on Purchase Decisions Samsung Smartphones*. SSRN Electronic Journal. <https://doi.org/10.2139/ssrn.3314080>

- Hakim, A. R. (2017). *Pengaruh Brand Image terhadap Minat Beli Konsumen pada Bimbel Tridaya Bandung. E-Proceeding of Applied Science.*
- Handyanto Widjojo, W. (2017). *Sari – Sari pemasaran dan aplikasinya di dunia bisnis.* Diterbitkan oleh: Prasetya Mulya Publishing.
- Hutter, Katja. Julia Hautz. (2018). *The impact of user interactions in social media on brand awareness and purchase intention: the case of MINI on Facebook. Journal of product and brand management emerald insight. Vol. 22 Issue: 5/6, pp.342-351.*
<https://www.emerald.com/>.
- Indrawati. (2015). *Metode Penelitian Manajemen dan Bisnis Konvergensi.* Bandung : Teknologi Komunikasi dan Informasi, Aditama.
- Jayani, D. H. (2019). *Data Pengguna dan Tingkat Penetrasi E-Commerce di Indonesia 2017-2020.* Databoks. Diakses tanggal 3 November 2020 dari:<https://databoks.katadata.co.id/>
- Kertamukti, R. (2015). *Strategi Kreatif Dalam Periklanan: Konsep, Media, Branding, Anggaran.* Jakarta: Rajawali Pers.
- Kotler Philip, dan K. L. K. (2016). *Marketing Management.* Global Edition, 15 Edition. Essex, England : Pearson Education.
- Kotler, P., Keller, K. L., & Armstrong, G. (2017). *Marketing Management.* 15th global edition. England: Pearson Education Limited.
- Kotler, P. dan Armstrong, G. (2016). *Principles of Marketing.* New Jersey : Prentice Hall.
- Lazada Indonesia . (2020). *Lazada Indonesia Tunjuk Agnez Mo Sebagai Brand Ambassador Sambut Festival Belanja 9.9.* PRESSRELEASE.Id. Diakses tanggal 19 Januari 2021 dari: <https://pressrelease.kontan.co.id/release/lazada-indonesia-tunjuk-agnez-mo-sebagai-brand-ambassador-sambut-festival-belanja-99?page=all>
- Lintang, B. (2017). *Analisis IMC (Integrated Marketing Communication) LAZADA.* Academia.edu. Diakses tanggal 3 November 2020 dari:
https://www.academia.edu/35679134/Analisis_IMC_Integrated_Marketing_Communication_LAZADA
- Laudon, K. C., & Traver, C. G. (2017). *E-commerce. Business. Technology. Society.* New York: Pearson.
- Morissan. (2015). *Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu.* Jakarta: Kencana.
- Niaulina, T. (2018). *Pengaruh Brand Ambassador Terhadap Brand Image Bandung Makuta Cake (Studi Pada Bandung Makuta Cake Jalan Van Deventer No.2 Bandung).* Open Library Telkom University.
- Priansa, D. J. (2017) *Komunikasi Pemasaran Terpadu.* Bandung: CV Pustaka Setia

- Priansa, D.J. (2017). *Perilaku Konsumen Dalam Bisnis Kontemporer*. Bandung: Alfabeta.
- Puranidhi, A. L. W. (2018). *Laki-Laki Vs Wanita, Siapa yang Paling Sering Belanja Online?*. Liputan 6. Diakses tanggal 18 Januari 2021 dari: <https://www.liputan6.com/bisnis/read/3906424/laki-laki-vs-wanita-siapa-yang-paling-sering-belanja-online#:~:text=Berdasarkan%20data%20dari%20Comscore%2C%20Kamis,hanya%20s ebanyak%203%2C5%20juta>.
- Purwaningwulan, M. M., Suryana, A., ud Wahyudin, U., & Dida, S. S. (2018). *The Uniqueness of Influencer Marketing in The Indonesian Muslim Fashion Industry on Digital Marketing Communication Era. In International Conference on Business, Economic, Social Science and Humanities (ICOBEST 2018)*. Atlantis Press. <https://www.atlantis-press.com/>.
- Rachmawati, Ai Rika. (2019). *Pengguna E-commerce Terbesar Ada di Bandung*. Di akses tanggal 11 Januari 2021 dari: <https://www.pikiran-rakyat.com/ekonomi/pr-01321279/pengguna-e-commerce-terbesar-ada-di-bandung?page=2>
- Riduwan, & Ahmad, E. K. (2014). *Ananlisis Jalur. Cetakan ke enam*. Bandung: Alfabeta.
- Rosadi, D. (2020). *Wow! Ini Deretan 194 Piala Penghargaan yang Diraih Agnez Mo Selama Jadi Penyanyi*. Merdeka.Com. Diakses tanggal 19 Januari 2021 dari: <https://www.merdeka.com/artis/wow-ini-deretan-194-piala-penghargaan-yang-diraih-agnez-mo-selama-jadi-penyanyi.html?page=2>
- Sadrabadi, A. N., Saraji, M. K., & Monshizadeh, M. (2018). *Evaluating the Role of Brand Ambassador in Social Media. Journal of Marketing Management and Consumer Behaviour*.
- Santoso, D. A., Erdiansyah, R., & Pribadi, M. A. (2019). *Pengaruh Brand Awareness dan Brand Image terhadap Minat Beli Produk Kecantikan Innisfree*. Prologia. <https://doi.org/10.24912/pr.v2i2.3589>
- Sarah M., Alifia dan Wardhana, A. (2018). *Pengaruh Brand Ambassador terhadap Minat Beli Konsumen Bandung Kunafe Cake*. <Http://Www.Researchgate.Net/Publication/328676976>.
- Sarwono, J. (2017). *Mengenal Prosedur-Prosedur Populer dalam SPSS 23*. Jakarta: PT ElexMedia Komputindo.
- Schiffman L G.Dan Kanuk, L, L. (2017). *Consumer Behavior (Tenth Edition)*. Tsinghua University Press. China.
- Setiawan, S. R. D. (2020). *Simak, 3 Tren Industri E-commerce Tahun Ini*. Kompas.Com. Diakses tanggal 2 November 2020 dari: <https://money.kompas.com/read/2020/02/05/165400726/simak-3-tren-industri-e-commerce-tahun-ini?page=all>

- Sriyanto, A., & Kuncoro, A. W. (2019). *Pengaruh Brand Ambassador, Minat Beli dan Testimoni terhadap Keputusan Pembelian*. Jurnal Ekonomika Dan Manajemen.
- Sudaryono. (2016). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Penerbit Andi
- Sunyoto, Danang. (2015). *Perilaku Konsumen dan Pemasaran*. Yogyakarta: CAPS.
- Sunyoto, Danang. (2016). *Metode Penelitian Akuntansi*. Bandung: PT. Refika Aditama.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Cetakan kedua puluh lima. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Cetakan kedua puluh lima. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sujarweni, W. (2015). *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi*. Yogyakarta: Pustaka baru press.
- Syarief, S. B. A., & Genoveva. (2015). *The Analysis of Communication between Friends on Social Media towards Purchase Intension (A Study Case of Companies in Entrepreneurship Project of President University, Bekasi, Indonesia)*. Procedia - Social and Behavioral Sciences. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2015.01.283>
- Tambunan, F. (2019). *Pengaruh Brand Ambassador “Sean Gelael” Terhadap Keputusan Pembelian Kentucky Fried Chicken (KFC) Studi Pada Konsumen Transmart Buah Batu Bandung*. Open Library Telkom University.
- Tjiptono, F. (2019). *Pemasaran Jasa: Prinsip, Penerapan dan Penelitian*. Yogyakarta: ANDI.
- Tjiptono, Fandy. 2019. *Strategi Pemasaran*. Edisi ke-4. Yogyakarta :CV. ANDI OFFSET.
- Website IPrice. (2020). *Peta E-Commerce Indonesia*. IPrice Group. Diakses tanggal 10 Januari 2021 dari: <https://iprice.co.id/insights/mapofecommerce/>
- Website Kompas. (2018). *Inilah Daftar E-Commerce Favorit Masyarakat Indonesia Versi MarkPlus Inc*. Diakses tanggal 10 Januari 2021 dari: <https://biz.kompas.com/read/2018/11/29/115232728/inilah-daftar-e-commerce-favorit-masyarakat-indonesia-versi-markplus-inc>
- Website Kontan.co.id. (2020). *Riset Snapcart: Shopee paling diminati dan jadi pilihan konsumen belanja*. Kontan.co.id. Diakses tanggal 17 Januari 2021 dari: <https://industri.kontan.co.id/news/riset-snapcart-shopee-paling-diminati-dan-jadi-pilihan-konsumen-berlanja>

Website Koran Sindo (2020). *Pertumbuhan Industri Digital Meningkat, E-Commerce Makin Seksi*. Koran Sindo. Diakses tanggal 2 November 2020 dari:
<https://ekbis.sindonews.com/berita/1491526/34/pertumbuhan-industri-digital-meningkat-e-commerce-makin-seksi?showpage=all>

Website Lazada (2020). *Tentang Lazada*. Diakses tanggal 2 November 2020 dari:
<https://www.lazada.com/en/about/#:~:text=About&text=Founded%20in%202012%2C%20L>

Website Lazada. (2020). *Tentang Lazada*. Diakses tanggal 2 November 2020 dari:
www.Lazada.co.id

Widhi, Agung Kurniawan, Z. P. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

Widyastuti, S. (2017). *Manajemen Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta Selatan : FEBUPress.

Wijaya, V. A., & Oktavianti, R. (2019). *Pengaruh Brand Image E-Commerce Terhadap Minat Beli Konsumen (Survei Pada Pelanggan Tokopedia)*. Prologia.
<https://doi.org/10.24912/pr.v2i2.3740>