

DAFTAR PUSTAKA

- Amron, Amron. (2018) Effect of Product Quality, Price, and Brand Image on the Buying Decision of City Card Product. *Jurnal Manajemen Bisnis*. 6(14), 1-8. Retrived from <https://jurnal.unpand.ac.id/index.php/MS/article/view/279>.
- Alfa, Alodya. Ann. Gita., Rachmatin, Dewi., dan Agustina, Fitriani. (2017) Analisis Pengaruh Faktor Keputusan Konsumen dengan Structural Equation Modeling Partial Least Square. *Jurnal Euromatika*. 5(2). 58-71. Retrived from: <https://ejournal.upi.edu/index.php/JEM/article/download/9599/5895>.
- Ardiyansyah, Lutfi., Arifin, Zainul., dan Fanani, Dahlan . (2015). Pengaruh Daya Tarik Iklan Terhadap Efektivitas Iklan. *Jurnal Administrasi Bisnis*. 23(2), 75-83. Retrived from <http://administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id/index.php/jab/article/view/13>.
- Baek, Tae Hyun., dan King, Karen. Whitehill. (2011). Exploring the consequences of brand credibility in services, *Journal of Services Marketing*. 25(4), 260-272. DOI: /10.1108/08876041111143096.
- Barlian, E. (2016). *Metodologi Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Padang: Sukabina Press.
- Bianchi, Enrique., dan Bruno, Manuel. (2019). The impact of perceived CSR on corporate reputation and purchase intention. *European Journal of Management and Business Economics*. DOI: <https://doi.org/10.1108/EJMBE-12-2017-0068>.
- Brown, R. S. (2015). Antifibrinolytic Drugs (Aminocaproic Acid and Tranexamic Acid): Treatment Perspectives for Dental Surgery. *Current Oral Health Reports*, 2(3), 143–147. DOI: <https://doi.org/10.1007/s40496-015-0051-1>
- Carlson, Brad. D., Donavan, D.Tod., Deitz, George. D., Bauer, Brittney. C., dan Lala, Vishal. (2020). Acustomer-focuse dapproach to improve celebrity endorser effectiveness. *Journal of Business Research*. 221-235. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2019.11.048>.
- Cece, Ike. Sen. (2015). Pengaruh Brand Origin, *Brand ambassador* dan Brand Image Terhadap Minat Beli Sepatu Macbeth di Sogo Galaxy Mall Surabaya. *e-Jurnal Manajemen Kinerja*. 1(2), 101-110. Retrived from <https://jurnal.narotama.ac.id/index.php/manajemenkinerja/article/view/86>.

- Chaturvedi, R. K. (2018). *Advertisement Planning and Strategy*. India: Education.
- Dewi, Chandra. Gita., (2019). *Penyelesaian Sengketa Pelanggaran Merek*. Yogyakarta: Deepublish.
- Elengeswaran, S., & Ragel, V. (2014). The Influence of Brand Association on Customer Preference. *The IUP Journal of Brand Management*. 11(2), 38-54. Retrieved From: https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2535779
- Fadhilah, Sartika., Rizki. (2021). 5 Negara Ini Ternyata Masuk dalam Daftar Penggemar K-Pop Terbanyak di Dunia, Indonesia Termasuk?. [online]. Tersedia: <https://galamedia.pikiran-rakyat.com/humaniora/pr-351754727/5-negara-ini-ternyata-masuk-dalam-daftar-penggemar-k-pop-terbanyak-di-dunia-indonesia-termasuk>
- Firmansyah, Anang. (2020). *Pengantar E-Marketing*. Pasuruan: Cv. Penerbit Qiara Media.
- Gama, Only. (2020). Biografi Forest Li- Pendiri SEA Ltd dan Shopee. [online]. Tersedia: <https://sepositif.com/biografi-forest-li-pendiri-sea-ltd-dan-shopee/> [02 Januari 2020].
- Ghozali, Imam. (2014). *Structural Equation Modeling, Metode Alternatif dengan Partial Least Square (PLS)*. Edisi 4. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gita, D., dan Setyorini, R. (2016). Pengaruh *Brand ambassador* terhadap Brand Image Perusahaan *Online Zalora.co.id*. *E-proceedings of Management*. 3(1), 1-7. Retrieved From <https://librarye proceeding.telkomuniversity.ac.id>.
- Gunawan, Andy., Hatane Samuel., dan Dharmayanti Diah . (2013). Analisis Pengaruh Store Name, Brand Name, dan Price Discounts terhadap Minat beli Konsumen Infinite Tunjungan Plaza. *Jurnal Strategi Pemasaran*. Retrieved from <http://publication.petra.ac.id/index.php/manajemen-pemasaran/article/view/209/153>.
- Hair, J.F., Black, W.C., Babin, B.J., dan Anderson, R.E. (2010). *Multivariate Data Analysis. Seventh Edition.*, Upper Saddle River, New Jersey: Prentice Hall.
- Hamzah, Fyrda. Faradyba. (2018). Pengaruh *Brand ambassador* terhadap minat beli untuk produk indihome pada PT. Telekomunikasi Indonesia TBK Kota

Makassar. *Center of Economic Student Journal*. 1(1), 124-132. Retrived from <https://www.jurnal.fe.umi.ac.id/index.php/CESJ/article/download/154/89>.

Indrawati. (2015). *Metode Penelitian Manajemen dan Bisnis Konvergensi Teknologi Komunikasi Dan Informasi*. Bandung : Refika Aditama.

Indrawati. *et al.*, (2017). *Perilaku Konsumen Individu dalam Mengadopsi Layanan Berbasis Teknologi Informasi dan Komunikasi*. Bandung: Refika Aditama.

Iprice Insight. *Peta E-commerce Indonesia*. [online]. Tersedia: <https://iprice.co.id/insights/mapofecommerce/> [16 Maret 2020].

Irso. (2021). Dirjen PPI: Survei Penetrasi Pengguna Internet di Indonesia Bagian Penting dari Transformasi Digital. [Online]. Tersedia: https://www.kominfo.go.id/content/detail/30653/dirjen-ppi-survei-penetrasi-pengguna-internet-di-indonesia-bagian-penting-dari-transformasi-digital/0/berita_satker.

Jeyakumar, S., dan Deepak, K. A. (2019). *Marketing Management*. India: OrangeBook.

Kotler, P., dan Keller, K. L. (2012). *Marketing Management*. Prentice Hall: New Jersey.

Kotler, Philip., dan Armstrong, Gary. (2014). *Prinsip-Prinsip Manajemen*. Edisi 14, Jilid 1. Jakarta: Erlangga.

Lea-Greenwood, Gaynor. (2012). *Fashion Marketing Communications Ebook*. Somerset, NJ, USA: Wiley.

Mahmud, Windu. (2018). *Bisnis Online SMK/MAK Kelas XI*. Jakarta: Kompas Gramedia.

Mardiani, Alifah. Sarah., dan Wardhana, Aditya., (2018). Pengaruh *Brand ambassador* terhadap Minat beli Konsumen bandung Kunafe. *e-Proceeding of Management*. 5(2). Retrived from <https://repository.telkomuniversity.ac.id>.

Maulana, Shabur, Miftah., Susilo, Heru., dan Riyadi. (2015). Implementasi *E-commerce* pada Penjualan *Online* (studi Kasus pada Toko Pabrik kota Malang). *Jurnal Administasi Bisnis*. 29(1), 1-9. Retrived from <http://administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id/index.php>.

- Monle, lee., dan Carla, J. (2011). *Prinsip Prinsip Pokok Periklanan Dalam Perspektif Global*. Kencana Pernada Media Group.
- Morissan. A.,M. (2010). *Periklanan komunikasi pemasaran terpadu*. Penerbit Kencana. Jakarta
- Mudiantono. (2013). Upaya Meningkatkan Keberhasilan Implementasi ERP untuk Membangun Keunggulan Bersaing pada UKM di Jawa Tengah. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*. 15(2), 153-164. Retrived from <https://journal.sbm.itb.ac.id>.
- Narimawati, Umi., Sarwono, Jonathan., Affandy, Azhar., dan Priadana, Sidik. (2020). *Ragam Analisis dalam Metode Penelitian untuk Penulisan Skripsi, Tesis, dan Disertasi*. Bandung: CV Andi Offset.
- Natalia, Agita. (2020). Stray Kids Jadi *Brand ambassador* Shopee Indonesia, Nantikan Penampilannya dalam TV Show Shopee 11.11 Big Sale!.[*online*]. Tersedia: <https://Shopee.co.id/inspirasi-Shopee/stray-Kids-jadi-brand-ambassador-Shopee-indonesia-nantikan-penampilannya-dalam-tv-show-Shopee-11-11-big-sale/> diakses [04 November 2020].
- Nurdin, Ismail., dan Hartati, Sri. (2019). *Metodologi Penelitian Sosial*. Surabaya: Media Sahabat Cendekia.
- Oktaviana., Lestari, R. (2017). Pengaruh Celebrity Endors, Tagline dan Citra Merek Terhadap Kesadaran Merek Konsumen Facial Foam Pond's di Smk Al-Makmur Ciganjur Jakarta. *Jurnal Manajemen*. 13(2), 99-110. Retrived from <http://journal.unas.ac.id/oikonamia/article/view/509/403>.
- Pamungkas, I. N. (2016). *IMC"0"LOGY* . Yogyakarta: Deepublish.
- Palmatier, R. W., dan Sridhar, S. (2017). *Marketing Strategy: Based on First Principles and Data Analytics*. London: PALGRAVE.
- Peirce, Charles. Sanders., (2016). What Is a Sign?, [*online*]. Tersedia: <https://www.marxists.org/reference/subject/philosophy/works/us/peirce1.html> [01 Februari 2020].
- Play Store. (2021). Shopee 9.9 Super Shopping Day. [*online*]. Tersedia: <https://play.google.com/store/apps/details?id=com.shopee.id&hl=in&gl=US>

- Priyatno, D. (2018). *SPSS Panduan Mudah Olah Data bagi Mahasiswa dan Umum*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Priyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Sidoarjo: Zifatama Publishing.
- Purnomo, R. A. (2016). *Analisis statistik Ekonomi dan Bisnis dengan SPSS*. Ponorogo: Wade Group.
- Putri, B. R. T. (2017) *Manajemen Pemasaran*. Denpasar: Dosen Kewirausahaan dan Agribisnis Udayana.
- Rahman, Arif. (2010). *Strategi Dahsyat Marketing Mix for Small Business*. Ciganjur: TransMediaPustaka.
- Rodgers, S. (2003). The Effects of Sponsor Relevance on Consumer Reaction to Internet Sponsorship. *Journal of AdvertiSingh*. 32(4), 67-76. Retrived from <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/interaksi-online/article/view/24142>.
- Sahil, Muhammad., dan Setyabudi, Djoko. (2019). Hubungan Terpaan Iklan Oppo Smartphone dan Intensitas Word of Mouth dengan Minat Beli Produk Oppo. *Jurnal Ilmu Komunikasi*. 7(3), 195-202. Retrived from <https://ejournal3.undip.ac.id>.
- Santoso, E.D., dan Larasati.N. (2019). Benarkah Iklan *Online* Efektif untuk Digunakan dalam Promosi Perusahaam. *Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis Asia*. 13(1), 28-36. from: <https://jurnal.stie.asia.ac.id/index.php/jibeka/article/download/99/89>.
- Sekaran, U., dan Bougie, R. (2016). *Research Methods for Business (7th ed.)*. United Kingdom: John Wiley dan Sons Ltd.
- Sepositif. (2020). Biografi Forest Li – Pendiri SEA Ltd dan Shopee. [online]. <https://sepositif.com/biografi-forest-li-pendiri-sea-ltd-dan-Shopee/> [30 Oktober 2020].
- Shimp, Terence A. (2010). *Integrated Marketing Communication in AdvertiSingh and Promotion, 8e*. South-Western: Cengage Learning.
- Shimp., Terence. A. (2014). *Komunikasi Pemasaran Terpadu dalam periklanan dan Promosi*. Jakarta: Salemba Empat
- Shopee. (2020). About. [online]. Tersedia: <https://careers.Shopee.co.id/about/> diakses [30 Oktober 2020].

- Shopee Indonesia. (2020). Behind the Scenes Shopee x Stray Kids (ENG Sub) | Shopee 12.12 Birthday Sale. [online]. Tersedia: <https://www.youtube.com/watch?v=TN3PYYJzLZ4> [3 November 2020].
- Singh, Ramendra. Prataph., dan Banerjee, Neelotpul. (2018). Exploring the Influence of Celebrity Credibility on Brand Attitude, Advertisement Attitude and Phurchase Intention. *Jurnal Sage*. 19(6), 1-18. DOI: 10.1177/0972150918794974.
- Sumiati., Rosita, Nadiyah, Hirfiyanah., Yulianti, Ida. (2016). *Brand dalam Implikasi*. Malang: UB Press.
- Siyoto, Sandu., dan Sodik, Ali. (2015). *Dasar Metode penelitian*. Yogyakarta: Media publishing. .
- Solimon., Armanu., dan Rinaldo, A. A. (2020). *Metodologi Penelitian Kuantitatif Perspektif Sistem: Mengungkap Novelty dan memenuhi validitas penelitian*. Malang: UB press.
- Sugiarti, Yayuk. (2016). Perlindungan Merek bagi Pemegang Hak Merek Ditinjau dari Undang Undang Nomor 15 Tahun 2001 Tentang Merek. *Jurnal Jendela Hukum*. 3(1), 32-41. DOI: <https://doi.org/10.24929/fh.v3i1.354>.
- Sujarweni, W. V. (2015). *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Syamsul, Bahri., dan Zamza, Fakhry. (2015). *Model Penelitian Kuantitatif berbasis Sem-Amos*. Yogyakarta: Deepublish.
- Tambunan. E., Priansa. D.J., dan Rennyta.Y. (2019). Pengaruh *Brand ambassador* Sean Gelael terhadap Keputusan Pembelian Kentucky Fried Chicken (KFC) (Studi Kasus Transmart Buah Batu, Bandung 2019). *e-Proceeding of Applied Science*. 5(2), 1-5. Retrived from <https://libraryproceeding.telkomuniversity.ac.id>.
- Utari. M., D (2019). Fungsi dan Peran *Brand ambassador*. [online] tersedia: <https://highlight.id/peran-fungsi-manfaat-tujuan-kegunaan-brand-ambassador-dutamerek-perusahaan/> [31 Desember 2019].
- Wijaya, T. (2011). *Manajemen Kualitas Jasa*. Jakarta: PT. Indeks.
- Yakub, Suardi. (2013) *Manajemen Pemasaran*. Medan: Trigurna Dharma Medan.

- Younus, Sohail., Rasheed, Faiza., dan Zia, Anas. (2015). Identifying the Factors Affecting Customer Purchase Intention. *Research: A Administration and Managemen.* 15 (2). Retrived from https://globaljournals.org/GJMBR_Volume15/2-Identifying-the-Factors-Affecting.pdf.
- Zafar, Qurat-Ul-Ain., dan Rafique, Mahira. (2013). Impact of Celebrity Advertisement on Customers' Brand Perception and Purchase Intention. *Asian Journal of Business and Management Sciences.* 1(11), 53-67. Retrived from <http://www.ajbms.org/articlepdf/ajbms201211i11104.pdf>.