

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D. A. (1991). *Managing Brand Equity, Capitalizing on the Value of a Brand Name*. New York: The Free Press.
- Abdillah, W. (2018). *Metode Penelitian Terpadu Sistem Infomasi - Pemodelan Teoretis, Pengukuran dan Pengujian Statistik*. Yogyakarta: Andi.
- Abdillah, W., & Hartono, J. (2015). *Partial Least Square (PLS)*. Yogyakarta: Andi.
- Ahmad, & Muslimah. (2001). Memahami Teknik Pengolahan dan Analisis Data Kualitatif. *Pincis (Pelangka Raya Internasional & Nasional Conference on Islamic Studies)*.
- Aini, S., & Sitompul, P. (2021). ANALISIS PENGARUH KUALITAS LAYANAN PADA E-WALLET TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN MELALUI KEPUASAN PELANGGAN MENGGUNAKAN METODE SEM. *Karismatika*, 40.
- Akram, U., Junaid, M., Zafar, A. U., Li, Z., & Fan, M. (2021). nline purchase intention inChinese social commerce platforms: Being emotional or rational? *Journal of Retailing and Consumer Services*, 63.
- Alamsyah, A., Bastikarana, R. S., Ramadhanti, A. R., & Widiyanesti, S. (2020). Recognizing Personality from Social Media Linguistic Cues: A Case Study of Brand Ambassador Personality. *ICoICT International Conference on Information and Communication Technology*.
- Alamsyah, A., Putri, F., & Sharif, O. O. (2014). Social network modeling approach for brand awareness. *ICoICT International Conference on Information and Communication Technology*.
- APJII. (2021, Oktober 26). *Penetrasi Pengguna Internet di Indonesia*. Retrieved from Apjii.or.id: <https://apjii.or.id/>
- Assael, H. (1998). *Consumer Behavior and Marketing Action 6th Edition*. California: Thomson Learning.
- Aulia, A. R., & Yulianti, A. L. (2019). PENGARUH CITY BRANDING “A LAND OF HARMONY” TERHADAP MINAT BERKUNJUNG DAN KEPUTUSAN BERKUNJUNG KE PUNCAK, KABUPATEN BOGOR. *JIMEA (Jurnal Ilmiah MEA)* .
- Balinado, J. R., Prasetyo, Y. T., Young, M. N., Persada, S. F., Miraja, B. A., & Redi, A. A. (2021). The Effect of Service Quality on Customer Satisfaction in an Automotive After-Sales Service. *Journal of Open Innovation*.
- Best Present Guide. (2020, November 11). *Rawat Kulit Wajahmu dengan 10 Rekomendasi Produk MS Glow untuk Wajah Lebih Sehat!* Retrieved from <https://bp-guide.id/>: <https://bp-guide.id/AX0gv6rI>
- Bhandari, M., & Rodgers, S. (2017). What does the brand say? Effects of brand feedback to negative eWOM on brand trust and purchase intentions. *Internasional Journal of Advertising*.

- Binus University. (2014). *Uji Validitas dan Uji Reliabilitas*. Retrieved from qmc.binus.ac.id: <https://qmc.binus.ac.id/2014/11/01/u-j-i-v-a-l-i-d-i-t-a-s-d-a-n-u-j-i-r-e-l-i-a-b-i-l-i-t-a-s/>
- Budiastuti, M. N., Wiralaga, H. K., & Zahra, S. F. (2022). ANALISIS PENGARUH INSTRUMEN KEBIJAKAN MAKROPRUDENSIAL TERHADAP LIKUIDITAS BANK UMUM DI INDONESIA PADA PERIODE 2018-2021.
- Candiwan, & Wibisono, C. (2021). Analysis of the Influence of Website Quality to Customer's Loyalty on E-Commerce. *International Journal of Electronic Commerce Studies*, 87.
- Castillo, D. J., & Fernández, R. S. (2019). The role of digital influencers in brand recommendation: Examining their T impact on engagement, expected value and purchase intention. *International Journal of Information Management*.
- Chi, H. K. (2009). The Impact of Brand Awareness on Consumer Purchase Intention : The Mediating Effect of Perceived Quality and Brand Loyalty. *JIMS Journal*.
- Compas. (2022). *brand skincare lokal terlaris*. Dipetik November 2022, dari <https://compas.co.id>: <https://compas.co.id/article/brand-skincare-lokal-terlaris/>
- Compas. (2022, november 1). *Top 5 Brand Perawatan Wajah di E-commerce Indonesia dengan Penjualan di atas Rp 10 Miliar*. Retrieved from <https://compas.co.id/>: <https://compas.co.id/article/top-5-brand-perawatan-wajah/>
- Dachlan, U. (2014). *Panduan Lengkap Structural Equation Modeling*. Semarang: Lentera Ilmu.
- Dachlan, U. (2014). *Panduan Lengkap Structural Equation Modeling*. Semarang: Lentera Ilmu.
- DAM, T. C. (2020). Influence of Brand Trust, Perceived Value on Brand Preference and Purchase Intention. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*.
- Danuri, M. (2019). PERKEMBANGAN DAN TRANSFORMASI TEKNOLOGI DIGITAL. *Jurnal Ilmiah Infokam*, 117.
- Das, S. A., & Ravi, N. (2021). A Study on the Impact of E-Banking Service Quality on Customer Satisfaction. *Asian Journal of Economics, Finance and Management*.
- Databoks. (2020, Desember 28). *GoPay Jadi Dompok Digital Paling Populer di Indonesia*. Retrieved from databoks.katadata.co.id: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/12/28/gopay-jadi-dompok-digital-paling-populer-di-indonesia>
- Detik.com. (2021, August 29). *Ivan gunawan dapat mobil dari selebgram*. Retrieved from hot.detik.com: <https://hot.detik.com/celeb/d-5700569/ivan-gunawan-dapat-mobil-dari-selebgram>
- Digdowiseiso, K., Lestari, R., & An'nisa, B. (2021). The Effects of Brand Ambassador, Digital Marketing, and Instagram Use on Brand Trust: A

- Case Study of Scarlett Whitening Product. *Budapest International Research and Critics Institute-Journal*.
- Dwi, R. K., & Nellyaningsih. (2017). TINJAUAN IMPLEMENTASI PERSONAL SELLING PADA PT. ASTRA INTERNASIONAL DAIHATSU ASTRA BIZ CENTER BANDUNG. *Fakultas Ilmu Terapan. e-education*. (n.d.). *Chapter 6 - Hypothesis Development*. Retrieved from <https://www.e-education.psu.edu/>: [PDF] <https://www.e-education.psu.edu › sgam › book › export › html Chapter 6 - Hypothesis Development>
- Eka Sari, T. P., & Kurniawati. (2022). Pengaruh CRM Terhadap Customer Loyalty dengan Customer Trust Sebagai Variabel Mediasi Pada Online Shop. *Jurnal Manajemen*.
- Farisi, S., & Siregar, Q. R. (2020). Pengaruh Harga dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan Pengguna Jasa Transportasi Online di Kota Medan. *Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*.
- Ghadani, A., Muhar, A. M., & Sari, A. I. (2022). Pengaruh brand ambassador dan brand image terhadap keputusan pembelian di shopee dengan mediasi brand awareness. *Insight Management Journal*, 116.
- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2014). *Structural Equal Modeling Metode Alternatif dengan Partial Least Square (PLS)*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2015). *Partial Least Square Konsep, Teknik, Dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.0 Untuk Penelitian Empiris*. Semarang: Universitas Diponegoro Semarang.
- Girsang, M. J., Candiwan, Hendayani, R., & Ganesan, Y. (2020). Can Information Security, Privacy and Satisfaction Influence the E-Commerce Consumer Trust? *2020 8th International Conference on Information and Communication Technology, ICoICT 2020, 2020, 9166247*.
- Goodstats.id. (2021, Mei 7). *Pengguna Dompot Digital di Indonesia Kian Tinggi, Mana yang Paling Banyak Digemari?* Retrieved from goodstats.id: <https://goodstats.id/article/penggunaan-dompot-digital-di-indonesia-kian-tinggi-dompot-digital-apa-paling-banyak-digunakan-0C7Nx>
- Greenwood, G. L. (2012). *Fashion Marketing Communications E-Book*. Somerset, NJ, USA: Wiley.
- Gunawan, A. (2021). Kualitas Pelayanan Aplikasi DANA Terhadap Kepuasan Konsumen Quality Of 'DANA' Application Services On Consumer Satisfaction. *Jurnal Teknik Industri*, 183.
- Hair, J F;. (2010). *Multivariate Data Analysis*. Boston: Boston.
- Hartati, S., & Sumitro. (2020). Pengaruh Persepsi Risiko, Review Konsumen dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Shopee. *Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia*, 12.
- Haryono. (2016). *Model Stuctural Equation*. Yogyakarta: Deepublish.
- Haryono. (2017). *Metode SEM Untuk Penelitian Manajemen AMOS LISREL PLS*. Bekasi: PT. Intermedia Personalia Utama.

- Hasan, A. (2014). *Marketing dan Kasus-kasus Pilihan*. Yogyakarta: CAPS (Center for Academic Publishing Service).
- Hasibuan, L. (2022, November 4). *Industri Kecantikan Tahan Krisis, Laris Manis Meski Pandemi*. Retrieved from <https://www.cnbcindonesia.com/lifestyle/20221104104902-33-385138/industri-kecantikan-tahan-krisis-laris-manis-meski-pandemi#:~:text=Sebanyak%20819%20industri%20kosmetika%20bertambah,industri%20kosmetika%20khususnya%20di%20Indonesia>.
- Hasya, R. (2022, Agustus 7). *Ini 10 E-Wallet yang Paling Sering Dipakai Masyarakat Indonesia Tahun 2022*. Retrieved from good.stats.id: <https://goodstats.id/article/ini-10-e-wallet-yang-paling-sering-dipakai-masyarakat-indonesia-M4TA4>
- Hong, I. B., & Cha, H. S. (2013). The mediating role of consumer trust in an online merchant in predicting purchase intention. *International Journal of Information Management*.
- Hudayah, S., Achamd, G. N., & Putra, I. P. (2020). THE EFFECT OF CUSTOMER VALUE AND CUSTOMER TRUST ON SATISFACTION AND CUSTOMER LOYALTY PT SAMATOR GAS INDUSTRI SAMARINDA SEBERANG. *International Journal of Economics, Business and Accounting Research (IJEBAR)*.
- Hutter, K., Hautz, J., Dennhardt, S., & Fuller, J. (2013). The impact of user interactions in social media on brand awareness and purchase intention: the case of MINI on Facebook. *Journal of Product & Brand Management*.
- Indrawati. (2015). *Metode Penelitian Manajemen & Bisnis Konvergensi Teknologi Komunikasi dan Informasi*. Refika, Bandung.
- Iradianty, A., & Aditya, B. R. (2020). Student Awareness of Digital Payment Service (Case Study in Indonesia). *Journal of Physics: Conference Series*, 2.
- Ismail, T., & Yusuf, R. (2021). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN KANTOR INDIHOME GEGERKALON DI KOTA BANDUN. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, dan Akuntansi)*.
- Jayusman, I., & Shavab, O. A. (2020). Studi Deskriptif Kuantitatif Tentang Aktivitas Belajar Mahasiswa Dengan Menggunakan Media Pembelajaran Edmodo Dalam Pembelajaran Sejarah. *Jurnal Artefak*.
- Johan, S., Juwita, R., & Megawati. (2021). Pengaruh Electronic Word Of Mouth, Brand Ambassador, Iklan, Dan Kepercayaan Terhadap Minat Beli Konsumen Pada E-Commerce Shopee Indonesia Pada Saat Pandemi (Studi Kasus Di Kota Palembang). *Publikasi Riset Mahasiswa Manajemen*.
- Junaedi, N. L. (2022, february 9). *Brand ambassador: Pengertian, 4 Jenis, Tugas, Tanggung jawab & Skills*. Retrieved from <https://www.ekrut.com/media/brand-ambassador-adalah>
- Karim, A. (2019). PENGARUH TAGLINE IKLAN VERSI “AXIS HITS BONUS” DAN BRAND AMBASSADOR TERHADAP BRAND AWARENESS KARTU AXIS (STUDI PADA MAHASISWA STIE AMKOP MAKASSAR). *Movere Journal*.

- Katadata.co.id. (2022, Maret 21). *Profil DANA, Dompok Digital Bagian Grup Emtek dan Sinarmas*. Retrieved from katadata.co.id:
<https://katadata.co.id/intannirmala/ekonopedia/623835fd7de77/profil-dana-dompok-digital-bagian-grup-emtek-dan-sinarmas>
- Keller, K., & Kotler, P. (2016). *Intisari Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Andi.
- Khatoon, S., Zhengliang, X., & Hussain, H. (2020). The Mediating Effect of Customer Satisfaction on the Relationship Between Electronic Banking Service Quality and Customer Purchase Intention: Evidence From the Qatar Banking Sector. *SAGE Journal*.
- Kominfo. (2018, November 16). *Kemajuan Teknologi Digital Bawa Dua Dampak Perubahan*. Retrieved from Kominfo.go.id:
https://www.kominfo.go.id/content/detail/15538/kemajuan-teknologi-digital-bawa-dua-dampak-perubahan/0/berita_satker
- Kotler. (2000). *Analisis Kualitas Pelayanan Pengiriman Barang terhadap Kepuasan Konsumen pada PT Pos Indonesia*. Jurnal Ilmu Komputer. Ekonomi dan Manajemen (JIKEM).
- Kotler. (2019). Analisis Kualitas Pelayanan Pengiriman Barang terhadap Kepuasan Konsumen pada PT Pos Indonesia. *Jurnal Ilmu Komputer. Ekonomi dan Manajemen (JIKEM)*, 924.
- Kurniawan, F. J., & Kunto, Y. S. (2014). ANALISA PENGARUH VISIBILITY, CREDIBILITY, ATTRACTION, DAN POWER CELEBRITY ENDORSER TERHADAP BRAND IMAGE BEDAK MARCKS VENUS. *JURNAL MANAJEMEN PEMASARAN PETRA*.
- Kusaeri, & Suprananto. (2016). *Pengukuran dan Penilaian Pendidikan*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Lau, G. T., & Lee, S. H. (1999). Consumers' Trust in a Brand and the Link to Brand Loyalty. *Journal of Market Focused management*, Vol. 4, 341-370.
- Lei, Z., Duan, H., Zhang, L., Ergu, D., & Liu, F. (2022). The main influencing factors of customer satisfaction and loyalty in city express delivery. *Frontiers in Psychology*.
- Lestari, R., & An'nisa, B. (2021). Mediasi Sekuensial Sosial Media dan Digital Marketing pada Hubungan Brand Ambassador dengan Brand Trust Produk Scarlett Whitening. *LMPM Imperium*.
- Lestari, R., & An'nisa, B. (2021). Mediasi Sekuensial Sosial Media dan Digital Marketing pada Hubungan Brand Ambassador dengan Brand Trust Produk Scarlett Whitening. *Jurnal Manajemen Strategi*.
- Lubis, A. S., & Andayani, N. R. (2017). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN (SERVICE QUALITY) TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PT. SUCOFINDO BATAM. *Journal of Business Administration*.
- Mahfud, S., & Ratmono, D. (2013). *Analisis SEM-PLS dengan WarPLS 3.0*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Malik, P. E., Ghafoor, M. M., & Iqbal, H. K. (2013). Importance of Brand Awareness and Brand Loyalty in assessing Purchase Intentions of Consumer. *International Journal of Business and Social Science*.

- Maulidi, R. A., & Yuliati, A. L. (2017, 5 23). Pengaruh Tingkat Brand Awareness terhadap Minat Beli Apple iPhone. *ISEI Business and Management Review*. Retrieved from <https://finance.detik.com/>:
<https://finance.detik.com/berita-ekonomi-bisnis/d-6091087/jejak-e-commerce-di-indonesia-waktu-ke-waktu-berawal-dari-kaskus>
- Misbach, I. (2013). PENGUKURAN DALAM PENELITIAN SOSIAL: MENGHUBUNGKAN KONSEP DENGAN REALITAS. *JURNAL BERITA SOSIAL*.
- Ms Glow. (2022). *Ms glow*. Retrieved December 7, 2022, from <https://instagram.com/>:
<https://instagram.com/msglowbeauty?igshid=YmMyMTA2M2Y=>
- Ms Glow. (2022). *MS Glow Store*. Retrieved from <https://ms-glow.store>:
<https://ms-glow.store/blog/logo-ms-glow>
- Ms Glow. (t.thn.). *Awal terbentuknya MS GLOW*. Diambil kembali dari <https://ms-glow.store/>: <https://ms-glow.store/blog/about-tentang-ms-glow>
- Mulyatiningsih, E., & Nuryanto, A. (2014). *Metode Penelitian Terapan Bidang Pendidikan*. Bandung: Alfabeta.
- Nabilla, F. (2022, july 15). *Kapan MS Glow Berdiri? Ini Sejarah Namanya Sampai Dikenal Sekarang*. Retrieved from <https://www.suara.com/>:
<https://www.suara.com/entertainment/2022/07/15/093040/kapan-ms-glow-berdiri-ini-sejarah-namanya-sampai-dikenal-sekarang#:~:text=Berdiri%20sejak%20tahun%202013%2C%20MS,sebuah%20produk%20glowing%20di%20Indonesia.&text=Nama%20MS%20Glow%20juga%20diambil,Kemal>
- Ningsih, S., & Dukalang, H. (2019). Penerapan Metode Suksesif Interval pada Analsis Regresi Linier Berganda. *Jamura Journal Of Mathematics*.
- Osak, D. J., & Pasharibu, Y. (2020). PENGARUH BRAND AMBASSADOR DAN TAGLINE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ONLINE DENGAN MEDIASI BRAND AWARENESS. *E-Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana*.
- Paydia. (2022, Oktober 28). *Cashless Adalah: Pengertian, Contoh, dan Manfaat*. Retrieved from paydia.id: <https://paydia.id/cashless-adalah-pengertian-contoh-dan-manfaat/>
- Popmama. (2022, September 4). *10 Foto Akrab Maharani Kemala dan Ivan Gunawan, Dikasih Mobil Alphard*. Retrieved from <https://www.popmama.com/>:
<https://www.popmama.com/life/relationship/nilamsari-putri/potret-maharani-kemala-dan-ivan-gunawan-akrab-seperti-bestie>
- Prabandari, A. I. (2021, Februari 28). *Skincare adalah Perawatan untuk Kulit agar Tetap Sehat, Ketahui Langkahnya*. Retrieved from <https://www.merdeka.com/>: <https://www.merdeka.com/jateng/skincare-adalah-perawatan-untuk-kulit-agar-tetap-sehat-ketahui-langkahnya-kln.html>
- Pudyaningsih, A. R., Imaduddin, W., Mufidah, E., & Ardiyanti, E. P. (2022). PENGARUH CELEBRITY ENDORSER DAN BRAND IMAGE

TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DENGAN KEPERCAYAAN
SEBAGAI VARIABEL MEDIASI. 63.

- Putra, M. I., Suharyono, & Abdillah, Y. (2014). PENGARUH BRAND AMBASSADOR TERHADAP BRAND IMAGE SERTA DAMPAKNYA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Survey pada pengguna LINE di Asia) . *Jurnal Administrasi Bisnis*, 2.
- Putri, A. A., & Haninda, A. R. (2020). PENGARUH BEAUTY VLOGGER TERHADAP MINAT BELI PRODUK KECANTIKAN DI SMK TELEKOMUNIKASI TELESANDI BEKASI. *Jurnal Komunikasi Universitas Garut*.
- Putri, F. K., Tumbel, A. L., & Djemly, W. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada PT. Matahari Departement Store Di Mantos 2.
- Radancy. (2022, october 12). *Brand Ambassadors: Who Are They and What Do They Do?* . Retrieved from <https://blog.radancy.com/>:
<https://blog.radancy.com/2022/10/12/brand-ambassadors-who-are-they-and-what-do-they-do/>
- Rafiq, M. (2008). PENGARUH KEPERCAYAAN KONSUMEN PADA MEREK TERHADAP LOYALITAS . *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*.
- Riadi, E. (2016). *Statistika penelitian analisa manual dan IBM SPSS*. Yogyakarta: ANDI.
- Rofiq, A., & Arifin, Z. (2012). PENGARUH PENERAPAN AIDA (ATTENTION, INTEREST, DESIRE, ACTION) TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN. *Fakultas Ilmu Administrasi*.
- Rosyadi, A. (2021). PERAN BRAND AMBASSADOR TERHADAP MINAT BELI MELALUI BRAND AWARENESS. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 27 - 28. Retrieved from qmc.binus.ac.id:
<https://qmc.binus.ac.id/2014/11/01/u-j-i-v-a-l-i-d-i-t-a-s-d-a-n-u-j-i-r-e-l-i-a-b-i-l-i-t-a-s/>
- Royan, F. (2005). *Marketing celebrities selebriti dalam iklan dan strategi selebriti memasarkan diri sendiri*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Santoso, J. B. (2019). PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN, DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN DAN LOYALITAS KONSUMEN (STUDI PADA KONSUMEN GEPREK BENSU RAWAMANGUN). *Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Harga Terhadap Kepuasan*.
- Sari Dewi, L. G., 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*.
- Sari Dewi, L. G., 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*.
- Sari, Puspita Kencana;. (2018). Measuring e-Commerce service quality from online customer review using sentiment analysis. *Journal of Physics: Conference Series*, 2.

- Sasongko, E. N., Mustafid, & Rusgiyono, A. (2016). PENERAPAN METODE STRUCTURAL EQUATION MODELING UNTUK ANALISIS KEPUASAN PENGGUNA SISTEM INFORMASI AKADEMIK TERHADAP KUALITAS WEBSITE. *Jurnal Gaussian*.
- Shahid, Z., Hussain, T., & aZafar, D. (2017). The Impact of Brand Awareness on The consumers' Purchase Intention . *Journal of Marketing and Consumer Research*.
- Shahid, Z., Hussain, T., & Azafar, D. (2017). The Impact of Brand Awareness on The consumers' Purchase Intention . *Journal of marketing and consumer research* .
- Shiratuddin, Hassan, S., Nadzim, S. Z., & Shiratuddin, N. (2015). Strategic Use of Social Media for Small Business Based on the AIDA Model. *Procedia Social and Behavioral Sciences*.
- Silalahi, P. R., Safira, R., Hubara, Z. A., & Sari, E. P. (2022). Pengaruh Dompot Digital Terhadap Budaya Belanja Individu di Kota Medan. *Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis*, 870.
- Singh, R. P., & Banerjee, N. (2018). Exploring the Influence of Celebrity Credibility on Brand Attitude, Advertisement Attitude and Purchase Intention. *Journal Indexing and Metrics*.
- Siregar, Z. E., Parlauangan, A., Supriadi, Y. N., Ende, & Pristiyono. (2021). *STRUCTURAL EQUATION MODELING*. Yogyakarta: Deepublish.
- Situmorang, T. E., & Purba, D. (2019). Perancangan Aplikasi Pengujian Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian . *KAKIFIKOM (Kumpulan Artikel Karya Ilmiah Fakultas Ilmu Komputer - Vol. 01 No.02)* .
- Statista.com. (2022, Agustus 17). *Most used e-wallet apps by consumers in Indonesia as of July 2022*. Retrieved from statista.com: <https://www.statista.com/statistics/1327316/indonesia-most-used-e-wallet-apps/>
- Suardi. (2019). PENGARUH KEPUASAN KERJA TERHADAP KINERJA PEGAWAI PADA PT BANK MANDIRI, Tbk KANTOR CABANG PONTIANAK. *JBEE (journal Business Economics and Entrepreneurship)*.
- Sucihati, & Suhartini. (2022). PENGARUH KEPUASAN KONSUMEN DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN DI PT. ASURANSI RAMAYANA SERANG. *Jurnal Manajemen Perusahaan*, 14.
- Suciningtyas, W. (2012). Pengaruh Brand Awareness, Brand Image, Dan Media Communication Terhadap keputusan Pembelian. *Management Analysis Journal*.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Penerbit Alfabeta Bandung.
- Suhendry, W. (2021). MINAT PENGGUNAAN E-WALLET DANA. *Jurnal Ekonomi Manajemen*, 47-48.

- Suleman, D., Suyoto, Y. T., Sjarief, R., Sabil, S., Marwansyah, S., Adawia, P. R., & Puspasari, A. (2022). The effects of brand ambassador and trust on purchase decisions through social media . *International Journal of Data and Network Science*.
- Sunyoto, D. (2015). *Penelitian Sumber Daya Manusia*. Yogyakarta: CAPS (Center of Academic Publishing Service).
- Supriyanto, A., Wiyono, B. B., & Burhanuddin, B. (2021). Effects of service quality and customer satisfaction on loyalty of bank customers. *Cogent Business & Management*.
- Susilowati, S. (2017). Metode Weighted Product Pada Sistem Pendukung Keputusan Pemberian Bonus Pegawai Pada CV Bejo Perkasa. *Jurnal Inovasi Pendidikan*.
- Tarmizi. (2019). DESAIN ORGANISASI DALAM PENGEMBANGAN STRUKTUR ORGANISASI PERGURUAN TINGGI DI ERA INDUSTRI 4.0. *Jurnal Tahdzibi*.
- Tempo.com. (2022, Januari 13). *E-wallet Jadi Alat Pembayaran Digital Terpopuler di 2021*. Retrieved from data.tempo.co: <https://data.tempo.co/data/1316/e-wallet-jadi-alat-pembayaran-digital-terpopuler-di-2021#:~:text=Tren%20Penggunaan%20Alat%20Bayar%20Digital&text=Dibanding%20awal%20tahun%202021%2C%20Xendit,wallet%20khusus%20untuk%20menerima%20pembayaran>.
- Tjiptono, F. (2012). *Sevice, Quality & Satisfaction*. Yogyakarta: ANDI Offset.
- Tsalatsa, M. A., & Sudarwanto, T. (2021). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA DISKUSI KOPI KAFEGRESIK. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga*.
- Ujia, N., Munawaroh, R. S., & Mawardi, I. (2018). Pengaruh Kepercayaan Terhadap Minat Beli Online. *Jurnal Manajemen Dan Akuntansi*.
- Uzunoglu, E., & Misci, S. K. (2014). Brand communication through digital influencers: Leveraging blogger engagement. *International Journal of Information Management*.
- Wicaksono, S., & Kusuma, L. (2021). Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan OTO Car Wash. *Jurnal Penelitian dan Pengembangan Sains dan Humaniora*.
- Wu, L. Y., Chen, K. Y., Chen, P. Y., & Cheng, S. L. (2012, Juli 28). Perceived value, transaction cost, and repurchase-intention in online shopping: A relational exchange perspective. *Journal of Business Research* . Retrieved from Wiki Elektronika: <https://wikielektronika.com/r-tabel-uji-validitas/>
- Wulandari, S. P., Hutauruk, W. R., & Prasetyaningtyas, S. W. (2021). Pengaruh Brand Ambassador Terhadap Purchase Intention yang dimediasi Brand Image dan Brand Awareness. *Jurnal Ilmu Manajemen dan Bisnis*.
- Xdana.com. (2021, Oktober 27). *5 Fakta Penting DANA Dompot Digital Indonesia*. Retrieved from xdana.com: <https://xdana.com/artikel/5-fakta-dana-dompot-digital-indonesia/>

- Yesidora, A. (2022, Maret 21). *Profil Dana, Dompel Digital Bagian Grup Emtek dan Sinarmas*. Retrieved from Katadata.co.id:
<https://katadata.co.id/intannirmala/ekonopedia/623835fd7de77/profil-dana-dompel-digital-bagian-grup-emtek-dan-sinarmas>
- Zahra, M. N., & Rachmawati, I. (2019). FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI LOYALITAS PADA SITUS WEB E--COMMERCE (STUDI PADA LAZADA INDONESIA). *Jurnal Manajemen*, 265.
- Zainal, N. F. (2020). Pengukuran, Assessment dan Evaluasi dalam Pembelajaran Matematika. *LAPLACE: Jurnal Pendidikan Matematika*.