

DAFTAR PUSTAKA

- Ahdiat, A. (2023, Januari 31). *Teknologi & Telekomunikasi*. From databoks.katadata.co.id:
<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/01/31/5-e-commerce-dengan-pengunjung-terbanyak-kuartal-iv-2022>
- Ahdiat, A. (2023, Mei 03). *Teknologi & Telekomunikasi*. From databoks.katadata.co.id:
<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/05/03/5-e-commerce-dengan-pengunjung-terbanyak-kuartal-i-2023>
- Chando Steven Johannes, V. S. (2021). Pengaruh Brand Ambassador, Kepercayaan, dan Price Discount Terhadap Minat Beli di Aplikasi Tokopedia. *Jurnal Penelitian Ilmu Manajemen Volume 6, No.2*, 98-112.
- Chandra, F. T. (2020). *Pemasaran Statetik Domain, Determinan, Dinamika*. Yogyakarta: ANDI (Anggota IKAPI).
- Dewi Amalia Probosini, N. H. (2021). Pengaruh Promosi dan Brand Ambassador terhadap Keputusan Pembelian Pengguna Marketplace X dengan Brand Image sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Bisnis, Manajemen, dan Keuangan Volume 2 No. 2*, 445-458.
- Dewi Amalia, N. H. (2021). Pengaruh Promosi dan Brand Ambassador terhadap Keputusan Pembelian Pengguna Market Place X dengan Brand Image sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Bisnis, Manajemen, dan Keuangan Volume 2, No. 2*, 445-458.
- Dewi Fadila, Z. W. (2021). The Effect of Brand Image, Brand Ambassador, and Product Quality on the Purchase Decision of Mustika Ratu Products (Study on Sriwijaya University Students). *International Journal of Social Science*, 182-189.
- Dihni, V. A. (2022, Juli 19). *Teknologi & Telekomunikasi*. From databoks.katadata.co.id:
<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/07/19/10-e-commerce-dengan-pengunjung-terbanyak-kuartal-i-2022>

- Firmansyah, M. A. (2019). *Pemasaran Produk dan Merek (Planning & Strategy)*. Surabaya: CV. Penerbit Qiara Media.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hidayat, A. (2022, November 21). *Produk Konsumen*. From [databoks.katadata.co.id: https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/11/21/10-e-commerce-dengan-pengunjung-terbanyak-kuartal-ii-2022](https://databoks.katadata.co.id/databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/11/21/10-e-commerce-dengan-pengunjung-terbanyak-kuartal-ii-2022)
- Indrawati, P. d. (2017). *Perilaku Konsumen Individu dalam Mengadopsi Layanan Berbasis Teknologi Informasi & Komunikasi*. Bandung: PT Refika Aditama.
- Kertamukti, R. (2015). *Strategi Kreatif Dalam Periklanan*. Jakarta : PT RajaGrafindo Persada.
- Lutfia Siskhawati, H. A. (2021). The Influence of Brand Ambassador and Korean Wave on Purchase Decision For Neo Coffee Prducts. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis, Volume 24. Nomor 01*, 1-7.
- Marpaung, N. N. (2021). Relationship of Brand Ambassador with Interest to Buy: Lazada e-Commerce Study. *Jurnal Office: Jurnal Pemikiran Ilmiah dan Pendidikan Administrasi Perkantoran Vol.7 No.2*, 341-352.
- Nancy, F. G. (2020). Efektivitas Penggunaan Brand Ambassador Laneige Dalam VisCAP. *Jurnal E-Komunikasi Program Studi Ilmu Komunikasi Unversitas Petra, Surabaya Vol.8, No.2* , 1-9.
- Nurhasanah, F. M. (2020). The Effect of E-WOM, Brand Trust and Brand Ambassador on Purchase Decision at Tokopedia Online Shopping Site. *International Conference on Advanced Science and Technology*.
- Praditha Nurul Andini, M. T. (2021). Pengaruh Brand Ambassador dan Brand Image Terhadap Minat Beli. *e-Proceeding of Management: Vol.8, No.2*, 2074-2082.

- Praditha Nurul Andini, M. T. (2021). Pengaruh Brand Ambassador dan Brand Image Terhadap Minat Beli Pengguna Aplikasi Tokopedia. *e-Proceeding of Management : Vol.8, No.2*, 2074-2082.
- Shandra Okta Lista, N. J. (2021). Pengaruh Brand Ambassador Agnez Mo Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Lazada Di Kota Bandung. *e-Proceeding of Management: Vol.8, No.5* , 5696-5713.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: ALFABETA.
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Sunyoto, D. (2015). *Perilaku Konsumen dan Pemasaran*. Yogyakarta: CAPS.
- William Kok, Y. A. (2021). The Role of Brand Ambassador, Event Marketing and Digital Marketing on Purchase Decision User Shopee. *BIRCI-Journal, Humanities and Social Sciences Volume 4, No, 3* , 4804-4814.