

## DAFTAR PUSTAKA

- Andini, R. dan Nurvita, T. 2021. Pengaruh Brand Ambassador dan Brand Image Terhadap Proses Keputusan Pembelian E-Commerce Tokopedia, *e-Proceeding of Management* 8(4): 3146-3153.
- Andriani, F. 2021. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Tokopedia. *Jurnal Inovati Mahasiswa Manajemen* 1(3): 266-278.
- Anam, M. S. Dian, L. N. Tara, A. A. dan Rina, R. 2021. Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Hand and Body Lotion Merek Citra (Studi Kasus Pada Mahasiswa IAIN Salatiga). *Jurnal Ekonomi dan Ekonomi Syariah* 4(1): 120-136.
- Asnani, O. S. 2021. Pengaruh Brand Image, Brand Trust, dan Service Quality Dalam Pengambilan Keputusan Pembelian Di E-Commerce. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen* 10(2): 1-16.
- Balhmar, M. A. 2021. Pengaruh Harga, Promosi, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Di E-Commerce Shopee. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen* 10(10): 1-19.
- Budi, F. S. 2019. Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian Produk Eiger (Pada Mahasiswa Stiesia Suarabaya). *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen* 8(9): 1-15.
- Databoks. (2020, Agustus 31). Data Pertumbuhan Pelaku UMKM yang Bertransaksi di Tokopedia Tahun 2020. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/03/25/jumlah-pelaku-umkm-di-tokopedia-meningkat-selama-pandemi-covid-19>. Diakses tanggal 27 Juni 2022.
- Fadila, D. 2021. Pengaruh Brand Image, Brand Ambassador, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Mustika Ratu. *Thesis*. Program Studi Magister Manajemen Universitas Sriwijaya. Palembang.
- Ghozali, I. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23*. Cetakan 8. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- \_\_\_\_\_. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.

- Katrin, I. L., Setyorini, D. H. ., & Masharyono. (2016). Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Di Restoran Javana Bistro Bandung. *Gastronomy Tourism Journal*, 3(1), 246-254.
- Kotler, P. and K. H. Adams. 2016. *Marketing Management* Edisi 15. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., and Amstrong, G. (2018). *Principles of marketing (17th ed)*. New York: Pearson.
- Kotler, P., and Keller, K. L. (2016). *Marketing Management 16 edition*. New Jersey: Pearson.
- Laudon, K., and Traver, G. C. (2017). *E-commere* 2017.
- Njoto, D. P. dan K. B. Sienatra. 2018. Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Wenak Tok. *Jurnal Manajemen dan Start-up Bisnis*. 3(5): 613-618.
- Nofiauwaty, Fitrianto, E. M., dan Lisnawati. (2020). Brand Ambassador and the Effect to Consumer Decision on Online Marketplace in indonesia. *SRIWIJAYA INTERNASIONAL JOURNAL OF DYNAMIC ECONOMICS AND BUSINESS*.
- Peter. 2013. *Consumer Behavior & Marketing Strategy*. Edisi 9. Boston: McGraw-Hill.
- Prasetyo, A. 2016. Pengaru Strategi Promosi dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian pada Kopiganes. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*.5(1): 1-17
- Priyatno, D. 2013. *Analisis Korelasi, Regresi, dan Multivariate dengan SPSS*. Gava Media. Yogyakarta.
- Putra,M. I. Suharyono. dan Yusri, A. 2014. Pengaruh Brand Ambassador Terhadap Brand Image Serta Dampaknya Terhadap Keputusan Pembelian (Survey Pada Pengguna Line Di Asia). *Jurnal Administrasi Bisnis* 12(1): 1-10.
- Rasputri, E. M. 2018. Pengaruh Brand Image, Brand Awareness, dan Product Quality Tehadap Brand Loyalty Fuji Xerox. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen* 7(9): 1-25.
- Royan, dan Frans. *Marketing Celebrities “Selebriti Dalam Iklan dan Strategi Selebriti Memasarkan Diri Sendiri”*. Alex Media, Jakarta.

- Saputra, R. A. 2019. Pengaruh Sales Promotion, Kualitas Produk dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Di DBLSTORE. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*. 8(7): 1-16.
- Sugiyono, 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Alfabeta. Bandung
- Shafira, D. T. Harris, P. N. dan Jamardua, H. 2021. Pengaruh Citra Merek, Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada E-Commerce Shopee (Studi Kasus Mahasiswa Politeknik Negeri Medan). *Konferensi Nasional Sosial dan Engineering Politeknik Negeri Medan* 525-532.
- Shafira, D. T. Harris, P. N. dan Jamardua, H. 2021. Pengaruh Citra Merek, Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada E-Commerce Shopee (Studi Kasus Mahasiswa Politeknik Negeri Medan). *Konferensi Nasional Sosial dan Engineering Politeknik Negeri Medan* 525-532.
- Tjiptono, F. (2013). *Pemasaran Strategik* (2nd ed.). Yogyakarta: Andi.
- Umar, H. 2013. *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis*. Rajawali. Jakarta
- Wahyuni, R. S. dan Harini, A. S. 2020. Pengaruh Sales Promotion, Hedonic Shopping Motivation dan Shopping Lifestyle Terhadap Impulse Buying pada E-Commere Shopee. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis dan akuntansi* 2(2): 144-154.
- Wicaksono, A. A. 2018. Pengaruh Brand Awareness, Brand Image, Harga, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Wuling. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen* 7(7): 1-20.
- Wirakanda, G. G. dan Apriyanti, S. Pardosi. 2020. Pengaruh Sales Promotion Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus di Blibli.com). *Jurnal Bisnis dan Pemasaran*. 10(1): 1-11.
- Yunus, R. Y. A. 2015. Pengaruh Harga dan Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian Top Coffee. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen* 4(3): 1-16.
- Yuvita, H. Zakaria, W. dan Sulastri. 2019. Pengaruh Brand Image Dan Sales Promotion Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Brand Equity (Survei Terhadap Nasabah Bank Bni Syariah Di Kota Palembang). *Jurnal Ilmiah Manajemen* 9(3): 431-446.

Zulkarnaen, A. G. 2017. Pengaruh Brand Ambassador, Promosi, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Vivo V3 Plus Di Plaza Marina. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen* 6(11):1.

