

DAFTAR PUSTAKA

- Albar, K., & Muhlis. (2021). *Monograf Manajemen Retail dan Kewiraniagaan* (Guepedia, Ed.).
- Aliviyanti, D., Semedi, B., Yona, D., Asadi, M. A., Kasitowati, R. D., Dewi, C. S. U., Lutfi, O. M., & Isdianto, A. (2021). Upaya Penguatan Manajemen Pemasaran Hasil Perikanan Berbasis Media Online di TPI Sendangbiru, Kabupaten Malang, Indonesia. *Abdi Geomedisains*, 59–67.
- Andini, P. N., & Lestari, M. T. (2021). Pengaruh Brand Ambassador Dan Brand Image Terhadap Minat Beli Pengguna Aplikasi Tokopedia (studi Kuantitatif Pada Pengguna Aplikasi Tokopedia Di Dki Jakarta). *EProceedings of Management*, 8(2).
- Andini, R., & Trianasari, N. (2021). Pengaruh Brand Ambassador Dan Brand Image Terhadap Proses Keputusan Pembelian Pada E-commerce Tokopedia (studi Kasus Pada Boy Group Bts Dan Girl Group Blackpink Sebagai Brand Ambassador). *EProceedings of Management*, 8(4).
- Ashari, N. A. (2012). Pengaruh promosi penjualan pakaian wanita di group blackberry messenger terhadap minat beli mahasiswi Ilmu Komunikasi Universitas Hasanudin. *Skripsi. Fakultas Ilmu Sosial Dan Politik Universitas Hasanuddin, Makasar*.
- Ayu, S., & Lahmi, A. (2020). Peran e-commerce terhadap perekonomian Indonesia selama pandemi Covid-19. *Jurnal Kajian Manajemen Bisnis*, 9(2), 114–123.
- Badri, J., & Safitri, T. S. R. (2021). Pengaruh Brand Ambassador, Minat Beli dan Testimoni Terhadap Keputusan Pembelian online di Instagram Pada Mahasiswa di Kota Padang. *Procuratio: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 9(4), 372–380.
- Boyd, Walker, & Larreche. (2015). *Manajemen Pemasaran* (2nd ed., Vol. 9794118257). Erlangga.

- Chin, W. W. (1998). The partial least squares approach to structural equation modeling. *Modern Methods for Business Research*, 295(2), 295–336.
- Dianka, A. A. (2021). *Tokopedia, Saingan Berat Shopee - Trenasia.com*. <https://www.trenasia.com/performa-e-commerce-tokopedia-saingan-berat-shopee>
- Dwijayanto, A. (2019). *Alasan Tokopedia Sebagai E-commerce Yang Mementingkan Konsumen*. <https://industri.kontan.co.id/news/ini-alasan-tokopedia-tak-berpartisipasi-di-harbolnas>
- Echdar, S. (2017). *Metode Penelitian Manajemen dan Bisnis* (Y. Sartika, Ed.). Penerbit Ghalia Indonesia.
- Ferdinand, A. (2014). *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian untuk Penulisan Skripsi Tesis dan Desrtasi Ilmu Manajemen*.
- Firmansyah, A. (2019). *Pemasaran Produk dan Merek (Planning & Strategy)* (Q. Media, Ed.). CV. Penerbit Qiara Media.
- Firmansyah, M. A. (2019). *Pemasaran Produk Dan Merek (Planning & Strategy)* (Q. Media, Ed.). Qiara Media.
- Ghozali, I. (2014). *Structural Equation Modeling Method & Partial Least Square (PLS)*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2016). *Structural Equation Modeling Metode Alternatif PLS in Structural Equation Modeling Metode Alternatif Dengan PLS*. Badan Penerbit UNDIP.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan IBM SPSS 25* . Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I., & Latan, H. (2015). Konsep, teknik, aplikasi menggunakan Smart PLS 3.0 untuk penelitian empiris. *BP Undip. Semarang*.

- Harris, F., & de Chernatony, L. (2016). Corporate branding and corporate brand performance. *European Journal of Marketing*, 35(3/4), 441–456. <https://doi.org/10.1108/03090560110382101>
- idEA. (2019). *Pasar idEA 2019 Hadir Untuk Pertama Kalinya di Indonesia*. Idea.or.Id. <https://www.idea.or.id/artikel/pasar-idea-2019-hadir-untuk-pertama-kalinya-di-indonesia?lang=id>
- IDN Times. (2019). *IDN Times - Indonesia Millennial Report 2019.pdf* - Google Drive. IDN Media. <https://drive.google.com/file/d/1h3iZUmPML188OEBkvzpn3BtDBwt0FQG/view>
- Kahle, L. R., & Kim, C.-H. (2006). *Creating images and the psychology of marketing communication*. Psychology Press.
- Kementerian Perindustrian RI. (2018, March 20). *Making Indonesia 4.0: Strategi Memasuki Revolusi Industri Ke-4*.
- Kotler, P. (2001). *A Framework For Marketing Management*. Prentice Hall, Upper Saddle River, New Jersey.
- Kotler, P., & Keller, K. (2017). *Manajemen Pemasaran* (12th ed.). Indeks.
- Kotler, P., & Keller, K. (2015). *Manajemen Pemasaran Jilid Satu Edisi Keduabelas* (Ketiga). PT. Indeks.
- Kotler, P., & Keller, K. (2016). *Marketing Management, Thirteenth Edition* (A. Maulana & W. Hardani, Eds.; 13th ed., Vols. 978-0-13-600998–6). Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. (2016). *Marketing Management Global Edition* (Edition 15th). New Jearsey : Pearson Education.
- Kusumawati, N. (2021). The Influence of Blackpink as Tokopedia’s Brand Ambassador on Brand Awareness, Brand Image, and Consumer Purchase Decisions Digital Banking View project. In *International Journal of Management and Applied Science* (Issue 7). <http://iraj.in>

- Kuswardani, C. A. (2020). *Pengaruh Brand Ambassador “BTS”, Brand Image dan Kelompok Referensi Terhadap Keputusan Pembelian di Tokopedia.*
- Lailiya, N. (2020). Pengaruh Brand Ambassador Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Di Tokopedia. *IqtishadEQUITY*, 2(2), 113–126.
- Laksana, M. (2019). *Praktis Memahami Manajemen Pemasaran.* Khalifah Mediatama.
- Lea-Greenwood, G. (2013). *Fashion Marketing Communication* (1st ed.). John Wiley & Sons.
- Loudon, David, L., Bitta, Albert, J., & Della. (2004). *Consumer Behaviour : concepts and applications* (4th ed.). McGraw-Hill.
- Mardapi, D. (2018). *Teknik Penyusunan Instrument Tes And Non Tes* (A. Setiawan, Ed.). Parama Publishing.
- Nadia, S. M., & Aulia, P. (2020). Pengaruh *Brand Ambassador Bts Kpop* Terhadap Keputusan Pembelian di Tokopedia. *EProceedings of Management*, 7(2).
- Nasri, H. (2020). Pengaruh *Brand Ambassador Bts* Terhadap *Purchase Intention* yang Dimediasi Oleh Brand Awareness Tokopedia di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 8(2).
- Noor, J. (2014). *Analisis Data Penelitian Ekonomi & Manajemen.* Grasindo.
- Novianti, K. F., & Lestari, F. (2021). Pengaruh *Brand Ambassador* dan *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian Pada E-commerce Tokopedia. *Banking & Management Review*, 10(1), 1369–1385.
- Oktavianingrum, M. M. M. (2015). *Effect Of Risk Perception, Trust, And Psychology Of Youth Clothing Online Purchase Decision Among University Students Pandanaran Semarang.* *Journal of Management*, 1(1).
- Ouwensloot, J., & Tudorica, A. (2001). *Brand personality creation through advertising.* Citeseer.

- Prasetijo, R., & Ihalauw, J. (2015). *Perilaku Konsumen*. Andi Offset.
- Pratiwi, H. (2020). *Riset Tokopedia: Perempuan Adalah Motor Penggerak Jual Beli Online Dailysocial*. <https://dailysocial.id/post/riset-tokopedia-perempuan-adalah-motor-penggerak-jual-beli-online>
- Putra, I. I. (2019). *Statistik E-Commerce di DKI Jakarta tahun 2019*. <https://statistik.jakarta.go.id/statistik-pelaku-usaha-e-commerce-di-dki-jakarta-tahun-2019/>
- Ramadhanti, S., & Usman, O. (2021a). *Influence of Brand Ambassador BTS, Brand Image, and Product Quality on Tokopedia E-Commerce Purchase Decision*.
- Ramadhanti, S., & Usman, O. (2021b). *Influence of Brand Ambassador BTS, Brand Image, and Product Quality on Tokopedia E-Commerce Purchase Decision*.
- Roflin, E. A., Liberty Ichi, A., & Pariyana. (2021). Populasi, Sampel, Variabel Dalam Penelitian Kedokteran. *Penerbit Nem*, 86.
- Royan, F. M. (2004). *Marketing celebrities*. Elex Media Komputindo.
- Rozikin, Hasiolan, L., & Haryono Andi. (2015). Pengaruh Harga, Iklan Televisi dan Kelas Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Avanza di Dealer Nasmoco Pemuda Semarang. *Journal of Management*.
- Said, A. A. (2021). *Maskulinitas: Alasan Boyband KPop Sulit Diminati Laki-Laki – Suaka Online*. <https://suakaonline.com/maskulinitas-alasan-boyband-kpop-sulit-diminati-laki-laki/>
- Saputro, A., & Sugharjo, S. (2018). Pengaruh *Digital Marketing* dan *Brand Ambassador* dalam Membentuk *Brand Identity* sebagai Variabel *Intervensi* terhadap *Purchase Intention* pada Produk Markobar. *Jurnal Strategi Pemasaran*, 1–8.
- Sarjono, H., & Julianita, W. (2013). Sebuah pengantar aplikasi untuk riset SPSS vs LISREL. *Jakarta: Salemba Empat*.
- Schiffman, & Kanuk. (2004). *Perilaku Konsumen* (7th ed.). Prentice Hall.

- Schiffman, & Leon, G. (2007). *Perilaku Konsumen* (Z. Kasip, Ed.; 7th ed.). PT. Indeks.
- Simarmata, H. M. P., Revida, E., Kato, I., Sari, H., Simatupang, S., Sudarso, A., Faisal, M., Tjiptadi, D. D., Sisca, Anggusti, M., & Muliatie, urilla E. (2021). *Manajemen Perilaku Konsumen dan Loyalitas. Yayasan Kita Menulis*, 113.
- Sriyanto, A., & Kuncoro, A. W. (2019). Pengaruh brand ambassador, minat beli, dan testimoni terhadap keputusan pembelian (studi pada situs jual beli online shop shopee Indonesia di Universitas Budi Luhur periode februari–april 2018). *Jurnal Ekonomika Dan Manajemen*, 8(1), 21–34.
- Sudjiono, A. (2010). *Pengantar Statistik Pendidikan*. Rajawali Press.
- Sugiyanto. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. CV. Alfabeta.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&B* (1st ed.). Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif* (Cet.1). Bandung : Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Pendidikan (pendekatan kuantitatif, kualitatif, dan R&D)*. Alfabeta.
- Suryati, L., & Sudarso, A. (2016). *Metodelogi Penelitian (Petunjuk Praktis Untuk Penyusunan Skripsi Ekonomi dan Tesis Magister Management)* (1st ed.). Deepublish.
- Sutopo, Y. E & A. Slamet, M. S., & Offset, A. (n.d.). *Statistik Inferensial*. Penerbit Andi. <https://books.google.co.id/books?id=jVJLDwAAQBAJ>
- Wang, F., & Hariandja, E. S. (2016a). The Influence of Brand Ambassador on Brand Image and Consumer Purchasing Decision: a Case Of Tous Les Joursin Indonesia. *International Conference on Entrepreneurship (IConEnt-2016)*.

- Wang, F., & Hariandja, E. S. (2016b). The Influence of Brand Ambassador on Brand Image and Consumer Purchasing Decision: a Case Of Tous Les Joursin Indonesia. *International Conference on Entrepreneurship (IConEnt-2016)*.
- Widodo, A., & Andawaningtyas, K. (2017). *Pengantar Statistika* (1st ed.). Malang : UB Press.
- Wijoyo, H., Sunarsih, D., Cahyono, Y., & Indrawan, I. (2020). *Manajemen Pemasaran di Era Globalisasi* (A. Moeins, Ed.; 1st ed.). Penerbit CV. Pena Persada.
- Yuandari, E. & Topan, A. (2017). *Metodologi Penelitian*. in Media.
- Ziegel, E. R., Lemeshow, S., Hosmer, D. W., Klar, J., & Luanga, S. A. (1990). *Adequacy of Sample Size in Health Studies*.