

DAFTAR PUSTAKA

- Arini, N., Saroh, S., & Hardati, R. N. (2022). Pengaruh Promosi, Brand Ambassador dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Pada Konsumen E-Commerce Tokopedia). *JIAGABI (Jurnal Ilmu Administrasi Niaga/Bisnis)*, 11(2), 230–242.
- Astuti, M., & Amanda, A. R. (2020). *Pengantar Manajemen Pemasaran*. Deepublish. <https://books.google.co.id/books?id=baTXDwAAQBAJ>
- Azizah, S., & Wardhani, N. I. K. (2023). Pengaruh Brand Image Dan Brand Trust Terhadap Minat Beli Pada E-Commerce Bukalapak Di Surabaya. *Journal of Economic, Bussines and Accounting (COSTING)*, 7(1), 692–699.
- Bancin, J. B. (2021). *Citra Merek dan Word of Mouth (Peranannya Dalam Keputusan Pembelian Mobil Nissan Grand Livina)*. Jakad Media Publishing. <https://books.google.co.id/books?id=riAzEAAAQBAJ>
- Belch, G., & Belch, M. (2021). *Advertising and Promotion: An Integrated Marketing Communications Perspective* (twelve). McGraw-Hill Interamericana de España S.L.
- Chernev, A. (2017). *Strategic Brand Management* (second edition). Cerebellum Press, USA. www.CHERNEV.com
- Darmawan, M. D., & Iriani, S. S. (2021). Pengaruh Celebrity Endorsement dan Citra Merek terhadap Niat Beli Kopi Caffino melalui Sikap terhadap Merek. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 9(2), 373–385.
- David, F. (2022). Pengaruh Brand Ambassador BTS Terhadap Minat Beli Warga Taman Duta di E-Commerce Tokopedia (Survey Pada Pengguna Tokopedia di Perumahan Taman Duta). *KALBISIANA Jurnal Sains, Bisnis Dan Teknologi*, 8(3), 3002–3010.
- Faritzal, A., Aryani, W. C. P., Padmakusumah, R. R., Dwiyoogo, S. W., & Nurunnisha, G. A. (2023). The Influence of Brand Ambassador and Price Discount on Consumer Purchase Intention in E-Commerce Shopee (Case Study on Shopee Users in Bandung City). *Ilomata International Journal of Management*, 4(1), 118–132.
- Firmansyah, M. A. (2018). *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)*. <https://www.researchgate.net/publication/329587407>
- Firmansyah, M. A. (2019). *Pemasaran Produk dan Merek Planning dan Strategy*. CV. Penerbit Qiara Media.

- Fitriyana, R., & Waruwu, K. (2022). *Pengaruh Promosi dan Brand Image Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Platform Shopee (Studi Kasus Mahasiswa FEB UTND)*.
- Fransiscus, B., & Husda, N. E. (2022). *Pengaruh Brand Image, Promosi Penjualan dan Duta Merek Terhadap Minat Beli Konsumen E-Commerce Blibli Pada Masyarakat Kota Batam*.
- Ghozali, I. (2014). *Structural Equal Modeling Metode Alternatif dengan Partial Least Square (PLS)*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro Semarang.
- Gustantyo, N. P., Pradekso, T., & Ulfa, N. S. (2022). Pengaruh Daya Tarik Lazada E-Commerce, Promosi Penjualan di Instagram Lazada, dan Brand Ambassador Terhadap Minat Bertransaksi di Lazada. *Interaksi Online*, 10(3), 239–251.
- Hasrul, A. F., Suharyati, S., & Sembiring, R. (2021). Analisis Pengaruh Online Customer Review dan Rating terhadap Minat Beli Produk Elektronik di Tokopedia. *Konferensi Riset Nasional Ekonomi Manajemen dan Akuntansi*, 2(1), 1352-1365.
- Husna, A., & Aryani, L. (2023). Pengaruh Citra Merek, Kepercayaan Merek, dan Persepsi Labelisasi Halal Terhadap Minat Beli Korean Food (Studi Kasus Konsumen Gildak di Jakarta Timur). *Journal of Young Entrepreneurs*, 2(1), 177-191.
- Hutahayan, B. (2023). *Kepemimpinan dan Inovasi*. Deepublish. <https://books.google.co.id/books?id=VMDKEAAAQBAJ>
- Johannes, C. S., & Siagian, V. (2021). Pengaruh brand ambassador, kepercayaan, dan price discount terhadap minat beli di aplikasi tokopedia. *JPIM (Jurnal Penelitian Ilmu Manajemen)*, 6(2), 98–112.
- Keller, K. L., & Swaminathan, V. (2020). *Strategic Brand Management: Building, Measuring, and Managing Brand Equity* (5th Global Edition). Pearson Education Limited.
- Kemal, M., Suharyati, S., & Pusporini, P. (2021). Pengaruh Minat Beli Pada Produk Mobil Wuling. *Konferensi Riset Nasional Ekonomi Manajemen dan Akuntansi*, 2(1), 428-446.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2018). *Principles of Marketing* (17th Edition). Pearson Education.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2021). *Principles of Marketing* (18th Global Edition). Pearson Education.
- Kotler, P., Keller, K. L., & Chernev, A. (2022). *Marketing Management* (16th ed.). Pearson Education.

- Mothersbaugh, D. L., Hawkins, D. I., & Kleiser, S. B. (2020). *Consumer Behavior: Building Marketing Strategy*. McGraw-Hill Education. <https://books.google.co.id/books?id=Mjk1xAEACAAJ>
- Naitefa, M. K. F., & Rivai, A. R. (2022). Pengaruh Brand Ambassador, Brand Image, dan Sales Promotion Dari Boyband K-POP BTS Terhadap Minat Beli Konsumen Pada E-Commerce Tokopedia. *Syntax Literate; Jurnal Ilmiah Indonesia*, 7(10), 17483–17496.
- Nancy, N., Goenawan, F., & Monica, V. (2020). Efektivitas Penggunaan Brand Ambassador Laneige Dalam Model VisCAP. *Jurnal E-Komunikasi*, 8(2).
- Nurunnisha, G. A., Roespinoedji, R., & Roespinoedji, D. (2021). Female Students Perceptions on The Effect of Country of Origin, Brand Ambassador on Purchase Intentions: A Study on The Geographical Origin of Tokopedia E-Commerce Company, Indonesia. *Review of International Geographical Education Online*, 11(1), 573–582.
- P2P Marketing. (2020). *Introduction to Ambassador Marketing*.
- Putri, S., Satoto, E., & Reskiputri, T. (2022). Analisis pengaruh brand ambassador, promosi dan brand image terhadap minat beli konsumen tokopedia pada followers@ tokopedia. *JPE: Jurnal Peneliti Ekonomi*, 1(1), 74–86.
- Putri, Y. I., Pradana, M., Utami, F. N., Nugraha, D. W., & Karnovi, R. (2021). The influence of brand ambassador on e-commerce purchase intention. *Proceedings of the International Conference on Industrial Engineering and Operations Management*, 6848–6855.
- Qorib, F., & Bhara, A. M. (2019). Pengaruh Iklan “Shopee Blackpink Sebagai Brand Ambassador” Terhadap Minat Belanja Online Mahasiswa. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik (JISIP)*, 8(4), 288–296.
- Rawi, M. A. T., Wibowo, G., & Dwisaputra, M. R. A. (2020). The Influence Of Social Media, Brand Image And Celebrity Endorser To Purchase Intention On Tokopedia. *American Journal of Humanities and Social Sciences Research*, 4(7), 1–9.
- Sadono Sukirno, et al. (2017). *Pengantar Bisnis*. Prenada Media. <https://books.google.co.id/books?id=2DW2DwAAQBAJ>
- Satriawan, L. P., & Saputra, A. (2023). Brand Image, Kreativitas Iklan dan Kepercayaan Terhadap Minat Beli Kaum Milenial Pengguna Shopee di Kota Batam. *Dynamic Management Journal*, 7(1), 144–158.
- Setiaman, S. (2020). Analisa Parsial Model Persamaan Struktural dengan SMART-PLS 3 Versi 3. *Vol, 1*, 1–78.
- Shanaz, K. (2022). *Blibli dan Tiket.com Resmi Gabung, Sinyal IPO Makin Kuat? . Bisnis.Com*.

<https://teknologi.bisnis.com/read/20221016/266/1588012/blibli-dan-tiketcom-resmi-gabung-sinyal-ipo-makin-kuat>

- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Suradi, S., Satalibani, S., Mutmainnah, M., & Utomo, K. (2022). Pengaruh brand ambassador BTS terhadap minat beli konsumen pada marketplace Tokopedia. *Journal on Education*, 5(1), 1415–1419.
- Suyanto, M., & Amikom, U. (n.d.). *Marketing Strategy Top Brand Indonesia*. Penerbit Andi. https://books.google.co.id/books?id=IBnV0DKk_gYC
- Tonce, Y., & Rangga, Y. D. P. (2022). *Minat dan Keputusan Pembelian : Tinjauan Melalui Persepsi Harga & Kualitas Produk (Konsep dan Studi Kasus)*. Penerbit Adab. <https://books.google.co.id/books?id=96NxEAAAQBAJ>
- Triana, R., Setyawan, A. H., Atmaja, R. A., Sfenrianto, M., & Madalina, A. (2020). An Effect of Value Creation Brand Toward Purchase Intention of E-Commerce Customers in Indonesia. *International Journal Of Scientific & Technology, Research*, 9.