

DAFTAR RUJUKAN

- Agus, Hermawan (2012). *Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Amandeep, dkk. (2017). “*The Impact of Advertising on Consumer Purchase Decision with Reference to Consumer Durable Goods in Oman*”. Volume 5, Nomor 12 (hlm.11-19).
- Atmoko, W., dkk (2009). *Swamedikasi: Sebuah Respon Realistik Perilaku Konsumen di Masa Krisis*. Volume 2, Nomor 3 (hlm. 233-247).
- Augusty, Ferdinand. (2006). *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian untuk Skripsi, Tesis dan Disertai Ilmu Manajemen*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Azmi dan Sarma (2017). *Pengaruh Iklan Televisi terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian Konsumen Es Krim Magnum*. Jurnal Manajemen dan Organisasi. Volume 8. Nomor 2.
- Bob Foster. (2016). *The Impact of Brand Image on Purchasing Decision on Mineral Water Product Amidis*. *Journal of Humanities and Social Sciences*. Volume 2, No 11.
- Doucett, Elisabeth. (2008). *Creating Your Library Brand, Communicating Your Relevance and Value to Your Patrons*. Chicago : American Library Association (E-books).
- Ferdinand. (2018). *Analisis Pengaruh Iklan, Brand Ambassador dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Brand Awareness Sebagai Variabel Intervening Produk XL di Kota Semarang*.
- Gita, Setyorini. (2016). *Pengaruh Brand Ambassador Terhadap Brand Image Perusahaan Online Zalora.co.id The Effect of Brand Ambassador To The Brand Image of Online Company From Zalora.co.id*. Volume.3, Nomor 1 (hlm.620).
- Ghozali, Iman. (2006). *Aplikasi Analisis Multivariat Dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Iman. (2009). *Aplikasi Analisis Multivariat Dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Iman. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariat Dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Iman (2018). *Aplikasi Analisis Multivariat Dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

- Haisyah dan Sulistyowati. (2020). *Pengaruh Brand Ambassador Dan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Marketplace Tokopedia*. Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN). Volume 8. Nomor 3.
- Jefkins, Frank. (2007). *Periklanan Edisi Ketiga*, Jakarta: Erlangga.
- Johan, dkk. (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)*”. Jurnal Publikasi Riset Mahasiswa Manajemen. Volume 2. Nomor 2 Hal-174
- Kotler, dan Armstrong (2003). *Dasar-dasar Pemasaran*, Jilid 1, Edisi Kesembilan,. Jakarta: PT. Indeks Gramedia.
- Kotler, Philip, Amstrong dan Garry. (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jilid 1, Erlangga, Jakarta.
- Kotler, Philip dan Amstrong. (2012). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Edisi 12 Jilid I. Jakarta : Erlangga.
- Kuspriyono. (2018). “*Pengaruh Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Apartemen Meikarta*”. Cakrawala, Volume 18. No 1.
- Lamb et all. (2001) *Pemasaran*. Edisi I, Salemba Empat:Jakarta.
- Lea-Greenwood, Gaynor. (2012). *Fashion Marketing Communications E-book*. Somerset, NJ, USA: Wiley.
- Lailiya. (2020) *Pengaruh Brand Ambassador dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian di Tokopedia*. Jurnal Prodi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Volume 2. Nomor 2.
- Morissan, M.A (2012). *Periklanan: Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Kencana Pranada Media Group.
- Purnomo, Rochmat Aldy. 2016. *Analisis Statistik Ekonomi dan Bisnis dengan SPSS*. Ponorogo: CV WADE Group.
- Ramadhan, Saputri. (2021). “*Pengaruh Cristiano Ronaldo Sebagai Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian Pada E-commerce Shopee*”. e-Proceeding of Management, Volume 8. Nomor 1 Page 202
- Raswen dan Nurjanah (2019). *Pengaruh Brand Ambassador Blackpink Terhadap Citra Perusahaan Shopee Pada Mahasiswi Di UIN Suska Riau*. Volume 6. Edisi II.

- Rekyan Dio. 2021. "E-commerce Hijau, Jadi yang Paling Populer Tahun 2021". Tersedia pada <https://e-culture.id/2021/06/06/e-commerce-hijau-jadi-yang-paling-populer-tahun-2021/> (diakses tanggal 23 September 2021)
- Royan, Frans M. (2004). *Marketing Celebrities "Selebriti Dalam Iklan dan Strategi Selebriti Memasarkan Diri Sendiri"*. Jakarta : Alex Media.
- Safitri, dkk (2021). *Pengaruh Brand Ambassador dan Iklan di Televisi Terhadap Keputusan Pembelian Shampo Pantene Pada Audryna Cosmetic Banjarmasin*. Banjarmasin
- Setiadi,, Nugroho J. (2010). *Perilaku Konsumen*. Cetakan 4. Edisi Revisi. Jakarta : Kencana.
- Shimp, Terence A. (2010) *Advertising Promotion and Other Aspects of Interated Marketing Communication*. Edisi 8. Canada : Nelson Education, Ltd
- Siskhawati, dkk. (2021). "The Influence of Brand Ambassador and Korean Wave On Purchase Desicision For Neo Coffee Products". *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, Volume 24. Nomor 01.
- Sterie, dkk. (2019). *Pengaruh Brand Ambassador dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk PT. Telesindo Shop Sebagai Distributor Utama Telkomsel di Manado*. *Jurnal EMBA*. Volume 7. Nomor 4.
- Sugiyono. (2009) *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. (2012) *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2013) *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. (2014) *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2018) *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta
- Sujarweni, Wiratna. (2015). *SPSS Untuk Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press
- Tjiptono. (2008). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta : Andi Offset

Top Brand Award (2020) *Top Brand Index Fase 2 2020*. Diakses tanggal 2 November 2020, dari https://www.topbrand-award.com/top-brand-index/?tbi_find=shopee

Utomo dan Prabawani. (2017). *Pengaruh Brand Ambassador dan Citra Merk terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Suzuki Type Nex*. Jurusan Administrasi Bisnis. Universitas Diponegoro. Semarang

Widyaputra, dkk. (2018). *Pengaruh Kualitas Produk, Brand Ambassador, Kreativitas Iklan dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian*. Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen. Volume 7. Nomor 7.

Widyatama, Rendra. 2005. *Pengantar Periklanan*. Jakarta: Buana Pustaka Indonesia.

