

DAFTAR PUSTAKA

- Agus Sriyanto, A. W. K. (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)*. 8(1), 21–34.
- Andita, A. C. (2017). *Pengaruh Iklan, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen (Studi Kasus Pada Mahasiswa Konsumen Isoplush Di Universitas Sanata Dharma Yogyakarta)*. Program Studi Manajemen Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Sanata Dharma Yogyakarta.
- Fandy Tjiptono & Anastasia Diana. 2016. *Pemasaran Esesi Dan Aplikasi*, Andi Offset, Yogyakarta.
- Firmansyah, A. (2019). *Pemasaran Produk Dan Merek (Planning & Strategy)*.
- Gatot Suhendra, Iwan Krisnadi. (2020). *Kekuatan Shopee Sebagai E-Commerce Terpopuler Di Indonesia Saat Ini* Gatot Suhendra 1 , Iwan Krisnadi 2. 29.
- Hair, Joseph E, Jr. Et Al. 2014. *A Primer On Partial Least Squarest Structural Equation Modeeling (PLS-SEM)*. SAGE Publication, Inc. California USA.
- Hamidah Lailanur Ilaisyah, Raya Sulistyowati. (2020). *Pengaruh Brand Ambassador Dan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Marketplace Tokopedia* Hamidah. 8(3), 904–910.
- Haslinda, & Muhammad, J. (2016). *Pengaruh Perencanaan Anggaran Dan Evaluasi Anggaran Terhadap Kinerja Organisasi Dengan Standar Biaya Sebagai Variabel Moderating Pada Pemerintah Daerah Kabupaten Wajo*.

- Jurnal Ilmiah Akuntansi Peradaban*, 11(1), 1–21.
- Istanti, F. (2017). Pengaruh Harga, Kepercayaan, Kemudahan Berbelanja Dan E-Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Belanja Online Di Kota Surabaya. *Jurnal Bisnis & Teknologi Politeknik NSC Surabaya*, 4(1).
- Istiqomah, Zainul Hidayat, Ainun Jariah. (2019). *Analisis Pengaruh Kepercayaan , Iklan Dan Persepsi Resiko Terhadap Keputusan Pembelian Di Situs Shopee Di Kota Lumajang*. 2(July), 557–563.
- Kertamukti, Rama. 2015. *Strategi Kreatif Dalam Periklanan*, Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Kotler, P. & Armstrong, G. (2012), *Prinsip- Prinsip Pemasaran*, Edisi 12 Penerbit Erlangga.
- Kotler, P. & Keller, K.L. (2012), *Manajemen Pemasaran*, Jilid I Edisi Ke 12. Jakarta: Erlangga.
- Lailiya, N. (2020). *Pengaruh Brand Ambassador Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Di Tokopedia*. 2(2), 113–126.
- Lea-Greenwood, G. (2012). *Fashion Marketing Communications*.
- Lembang, Rosvita Dua. (2015). *Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi, Dan Cuaca Terhadap Keputusan Pembelian Teh Siap Minum Dalam Kemasan Merek Teh Botol Sosro (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi S1 Reguler II Universitas Diponegoro)*.
- Lestari, H., Sunarti, & Bafadhal, A. S. (2019). Pengaruh Brand Ambassador Dan Korean Wave Terhadap Citra Merek Serta Dampaknya Pada Keputusan Pembelian (Survei Online Pada Konsumen Innisfree Di Indonesia Dan

- China). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 66(1), 67–78.
- Manik, S., & Megawati. (2018). Pengaruh Budaya Organisasi Terhadap Semangat Kerja Pegawai Pada Dinas Kesehatan Kabupaten Pelalawan. *Jurnal Niara*, 11(2), 118–124. <https://doi.org/10.31849/Nia.V11i2.2111>
- Naomi, Pube Emma, Baraba, R., & Saputra, Murry Harmawan. (2019). *Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, Kualitas Informasi, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Dalam Memilih Berbelanja Secara Online (Studi Pada Pengguna Situs Jual Beli Online Kaskus.Co.Id Di Purworejo)*. 1–12.
- Prasetyo, Panji Eka. (2016). *Brand Ambassador Dan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Yang Dimediasi Oleh Citra Merek*.
- Prilano, K., & Sudarso, A. (2020). *Pengaruh Harga , Keamanan Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Toko Online Lazada*. 1(1), 1–10.
- Riyono, & Budiharja, G. E. (2016). Pengaruh Kualitas, Harga, Promosi Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Aqua Di Kota Pati. *Jurnal Stie Semarang*, 8(2), 92–121.
- Rizki, A. G. (2017). Pengaruh Citra Merek Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada E-Commerce Shopee Indonesia (Survei Pada Mahasiswa S1 Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Angkatan 2015 / 2016 Dan 2016 / 2017 Yang Membeli Barang Secara Online Di E- Commerce . 72(2), 49–56.
- Sangadji, Etta Mamang Dan Sopiah. 2013. *Perilaku Konsumen: Pendekatan Praktis Disertai: Himpunan Jurnal Penelitian*. Yogyakarta: Penerbit Andi.

- Sari, Putri Nur Indah. (2020). *Pengaruh Brand Ambassador, Kepercayaan Dan Resiko Terhadap Keputusan Pembelian Di E-Commerce Shopee*.
- Setyarko, Y. (2016). *Analisis Persepsi Harga, Promosi, Kualitas Layanan, Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Secara Online Yugi Setyarko*. 5(2), 128–147.
- Siyoto, S., & Sodik, M. A. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian* (Ayup (Ed.); 1st Ed.).
- Sugiono. 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung. Alfabeta.
- Tjiptono, Fandi, 2008. *Starategi Pemasaran*. Yogyakarta. Andi Offset.