

DAFTAR PUSTAKA

Buku:

- A. Shimp, Terence, *Komunikasi Pemasaran Terpadu dalam periklanan dan Promosi* (Jakarta: Salemba Empat, 2014)
- Abdurachman, Oemi, *Dasar-dasar Public Relations* (Bandung: Citra Aditya Bakti, 2001)
- Canfield, Bertrand R, *Public Relations Principles, Cases and Problem*, Fourth Edi (Illinois: Richard D. Irwin, Inc. Home, 1964)
- Dharmmesta, Basu Swastha, dan T. Hani Handoko, *Manajemen Pemasaran Analisis Perilaku Konsumen*, Edisi Pert (Yogyakarta: BPPFE, 2012)
- Effendy, Onong Uchjana, *Human Relation dan Public Relation* (Bandung: CV Mandar Maju, 2009)
- , *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2007)
- Fatihudin, Didin, dan Anang Firmansyah, *Pemasaran Jasa (Strategi, Mengukur. Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan)* (Yogyakarta: Deepublish, 2019)
- Fiske, John, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, ed. oleh Hapsari Winiayingtyas, 3, Cet. IV ed. (Jakarta: Rajawali Press, 2016)
- Ghozali, Imam, *Aplikasi analisis Multivariate dengan Program SPSS* (Semarang: Badan Penerbitan Universitas Diponegoro, 2004)
- Gujarati, Damodar, *Ekonometrika Dasar* (Jakarta: Erlangga, 2001)
- Idris, *Aplikasi Model Analisis Data Kuantitatif dengan Program SPSS* (Padang: FE-UNP, 2010)
- Kennedy, John E., dan R Dermawan Soemanagara, *Marketing Communication – Taktik dan Strategi*. (Jakarta: PT Buana Ilmu Populer, 2006)
- Kotler, Amstrong, dan Phillip Keller, *Marketing Managemet*, 15 ed. (Pearson: Global Edition, 2016)
- Kotler, Philip, dan Kevin L Keller, *Manajemen Pemasaran*, Jilid Kedu (Jakarta: Erlangga, 2013)
- Mauludi, Ali, *Teknik Belajar Statistika 2* (Jakarta: Alim's Publishing, 2016)
- Mawaddah, Eni Mariska, “Pengaruh Brand Ambassador Dan Kesadaran Merek Terhadap Proses Keputusan Pembelian Produk Di Tokopedia Dengan Citra

- Merek Sebagai Intervening” (Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta, 2020)
- Meinanda, Teguh, *Pengantar Public Relations dalam Management* (Bandung: CV. Armico, 1982)
- Misbahudin, Iqbal Hasan, *Analisis Data Penelitian Dengan Statistik* (Jakarta: Bumi Aksara, 2013)
- Nuary, FICKY DIMA, “Implementasi Theory Of Planned Behavior Dalam Adopsi E-Commerce Oleh Ukm (Studi pada UKM yang berada di Kota Surakarta tahun 2009)” (UNIVERSITAS SEBELAS MARET SURAKARTA, 2010)
- Prasetyo, Bambang, dan Lina Miftahul Jannah, *Metode Penelitian Kuantitatif: Teori dan Aplikasi* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2006)
- Priyatno, Duwi, *Cara Kilat Belajar Analisis Data Dengan SPSS 20* (Yogyakarta: Andi Offset, 2012)
- Raemon, Eggie Rizki, “Pengaruh Karakteristik Personal Terhadap Minat Beli Produk Sepatu Snekares Branded Replika Pada Online Shop X” (Universitas Telkom, 2016)
- Royan, Frans M, *Marketing Celebrities*, Jilid I (Jakarta: PT. Elex Media Komputindo, 2004)
- Schiffman, Leon.G., dan Leslie Lazar Kanuk, *Perilaku Konsumen*, 11 ed. (Jakarta: PT Indeks Gramedia, 2015)
- Siregar, Syofian, *Statistik Parametrik Untuk Penelitian Kuantitatif: Dilengkapi dengan Perhitungan Manual dan Aplikasi SPSS Versi 17* (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2014)
- Situmorang, Syafizal Helmi, *Analisis Data* (Medan: USU Press, 2010)
- Solimun, Achmad, Adji, *Metode Statistika Multivariat. Pemodelan Persamaan Struktural (SEM) Pendekatan WarpPLS* (Malang: Fakultas MIPA Universitas Brawijaya, 2017)
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2014)
- Suharsaputra, Uhar, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Tindakan* (Bandung: Refika Aditama, 2012)
- Sujianto, Agus Eko, *Aplikasi Statistik dengan SPSS Untuk Pemula* (Jakarta: Prestasi Pustaka, 2017)

Sunyoto, Danang, *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran* (Yogyakarta: CAPS, 2013)

Tjiptono, Fandy, *Pemasaran Jasa – Prinsip, Penerapan, dan Penelitian* (Yogyakarta: Andi Offset, 2016)

Walker, Boyd L, *Manajemen Pemasaran*, ed. oleh Ahli Bahasa Oleh Imam Nurmawan (Jakarta: Erlangga, 1997)

Yulianita, Neni, *Dasar-Dasar Public Relations* (Bandung: Alqaprint, 2000)

Jurnal:

Adiyanta, F C Susila, “Hukum dan Studi Penelitian Empiris : Penggunaan Metode Survey sebagai Instrumen Penelitian Hukum Empiris,” *Administrative Law & Governance Journal.*, 2.4 (2019), 697–709

Alwan, Menza Hendri, dan Darmaji, “Faktor-Faktor Yang Mendorong Siswa MIA SMAN Mengikuti Bimbingan Belajar Luar Sekolah Di Kecamatan Telanaipura Kota Jambi,” *Jurnal EduFisika*, 02.01 (2017), 25–37

Amirullah, “Populasi dan Sampel (Pemahaman, Jenis dan Teknik),” *Metode Penelitian Manajemen*, 17.1993 (2015), 67–80

Budiman, Vionita, Riris Loisa, dan Nigar Pandrianto, “Peran Brand Ambassador Pada Iklan Dalam Membangun Brand Awareness (Studi Kasus Iklan Youtube LG G7 ThinQ BTS),” *Prologia*, 2.2 (2019), 546

Fajrin, Nurul, Rois Arifin, dan M. Hufron, “Pengaruh Price, Brand Equity, Brand Ambassador, Positioning Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Produk Green Light,” *e – Jurnal Riset Manajemen PRODI MANAJEMEN*, 2016, 82–94

Ekonomi dan Bisnis, 3.1 (2020), 32–46

Heridiansyah, Jefri, “Pengaruh Advertising Terhadap Pembentukan Brand Awareness Serta Dampaknya Pada Keputusan Pembelian Produk Kecap Pedas ABC,” *Jurnal STIE Semarang*, 4.2 (2012), 53–73

Hendayana, Yayan, dan Ni’matul Afifah, “Pengaruh Brand Ambassador Dan Korean Wave Terhadap Minat Belanja Online Melalui,” *KINERJA Jurnal*

Jamiat, Natalie Christina Rahayu & Nuslih, “Pengaruh Brand Ambassador Bts (Bangtan Seoyeondan) Terhadap Minat Beli Tokopedia Konsumen Di Kota Bandung the Influence of Brand Ambassador Bts (Bangtan Seoyeondan) on Tokopedia Consumer Purchase Intention At Bandung City,” *Jurnal Management*, 8.5 (2021), 5714–30

- Lailiya, Nisfatul, "Pengaruh Brand Ambassador Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Di Tokopedia," *IQTISHADequity*, 2.2 (2020), 113–26
- Nasri, Hilmi, "Pengaruh Brand Ambassador BTS Terhadap Purchase Intention Yang Dimediasi Oleh Brand Awareness Tokopedia Di Indonesia," 2019, 2–13
- Putri, Aurelia Salsabila, dan Roni Zakaria, "Analisis Pemetaan E-commerce Terbesar di Indonesia Berdasarkan Model Kekuatan Ekonomi Digital," *Seminar dan Konferensi Nasional IDEC 2020*, November, 2020, 2579–6429
- Rahwanto, Efana, Ratna Komala, dan S Kom, "E-commerce dorong perekonomian Indonesia, selama pandemi covid 19 sebagai entrepreneur," *Jurnal manajemen dan bisnis (jumanis) prodi kewirausahaan*, 2.3 (2020), 200–213
- Rakhmawati, Nur Aini, Alvin Edgar Permana, Arvy Muhammad Reyhan, dan Hidayattul Rafli, "Analisa Transaksi Belanja Online Pada Masa Pandemi Covid-19," *Jurnal Teknoinfo*, 15.1 (2021), 32
- Raswen, Rima Nabila, "Pengaruh Brand Ambassador BlackPink terhadap Citra Perusahaan Shopee pada Mahasiswa Di UIN Suska Riau," *Jom Fisip*, 53.9 (2018), 1–12
- Sugianto, Aprilli, dan Sarli Rahman, "Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Lampu Shinyoku Di Cv Sinar Abadi Pekanbaru," *Jurnal Ilmiah Manajemen*, 7.2 (2019), 152–64

Website:

- Armenia, Resty, "Dubes Korsel Paparkan Alasan Dunia Demam Drama Korea," *CNN Indonesia*, 2018
<<https://www.cnnindonesia.com/hiburan/20180317212948-220-283863/dubes-korsel-paparkan-alasan-dunia-demam-drama-korea>> [diakses 13 Januari 2022]
- CLSA Indonesia, PT, "Tokopedia, E-Commerce dengan Nilai Transaksi Terbesar," *Kata Data*, 2019
<<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/10/15/2014-2023-nilai-transaksi-tokopedia-terbesar-dibandingkan-e-commerce-lainnya>> [diakses 8 Februari 2022]
- Fauzan, Rahmat, "Pengunjung Bulanan Shopee Capai 93 juta Orang, Geser Tokopedia - Ekonomi Bisnis.com," *ekonomi.bisnis.com*, 2020
<<https://ekonomi.bisnis.com/read/20200824/12/1282601/pengunjung-bulanan-shopee-capai-93-juta-orang-geser-tokopedia>> [diakses 12 April 2021]