

DAFTAR PUSTAKA

- Adega, Antonia, Ekhel Chandra. 2019. *Press Release: Tokopedia Umumkan BTS Sebagai Brand Ambassador*. <https://www.tokopedia.com/blog/tokopedia-announces-bts-as-the-companys-brand-ambassador/> diakses pada 30 Agustus 2021 Pukul 08.30 WIB di Kediri.
- Akbar, M.Ad & Alam, Sitti Nur Alam .2015. *E-Commerce Dasar Teori Dalam Bisnis Digital* , Medan: Yayasan Kita Menulis.
- Alma, Buchari, Donni Juni Priansa. 2016. *Manajemen Bisnis Syariah : Menanamkan Nilai dan Praktik Syariah dalam Bisnis Kontemporer*. Bandung: Alfabeta.
- Amir, Amri, Junaidi, & Yulmardi. 2009. *Metodologi Penelitian Ekonomi dan Penerapannya*. Bogor: IPB Press.
- Ansori, Muslich.2020. *Metode Penelitian Kuantitatif Edisi 2*, Surabaya: Airlangga University Press.
- Ashari, A. 2012. *Pengaruh promosi penjualan pakaian wanita di group blackberry messenger terhadap minat beli mahasiswi Ilmu Komunikasi Universitas Hasanudin*. Skripsi. Makassar: Universitas Hassanudin.
- Assauri, Sofjan. 2011. *Manajemen Pemasaran : Dasar, Konsep & Strategi*. Jakarta: PT.Raja Grafindo Persada.
- Ayodya, Wulan .2020. *UMKM 4.0*, Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Bangun, Aditya Aldo Arireza. 2017. *Pengaruh Brand Ambassador Terhadap Brand Image Serta Dampaknya Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Pengguna Smartphone Oppo di Kota Medan)* . Skripsi. Program Studi Ilmu Administrasi Niaga/Bisnis Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Sumatera Utara Medan.
- Cahyowulan, Shinta Ayu Pratiwi. 2018. *Pengaruh Brand Ambassador pada Minat Beli Produk Wrangler dengan Citra Merek Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Mahasiswa yang Kuliah di Yogyakarta)*. Skripsi. Yogyakarta: Universitas Sanata Dharma.
- Chirstie Manuel, “Tokopedia dalam Menjalankan Visi dan Misi” Kompasiana, 15 Agustus 2022, <https://www.kompasiana.com/christiemanuel0480/611805626e7f017f2d31c732/tokopedia-dalam-menjalankan-visi-dan-misi>, Diakses pada 14 Juni 2022 di Kediri.

- Dachyar, M. dan Liska Banjarnahor. 2017. *Factors influencing purchase intention towards consumer-to-consumer e-commerce*, Intangible Capital, Volume 13, Issue 5.
- Durianto, Darmadi. 2013. *Strategi Menaklukkan Pasar Melalui Riset Ekuitas Dan Perilaku Merek*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Ferdinand, Augusty. 2006. *Metode Penelitian Manajemen*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Firmansyah, Anang. 2020. *Komunikasi Pemasaran*. Pasuruhan : CV Penerbit Qiara Media.
- Fitriahningsih, Andi Siti Chadijah. 2020. *Influence of Brand Ambassador on Purchase Intention and Brand Image as Intervening Variable (Case Study on Shopee Application Users in Makassar City)*. Global Scientetic Journals Volume 8, Issue 6.
- Fitriahningsih, Andi Siti Chadijah. 2020. *Pengaruh Brand Ambassador Terhadap Minat Beli Dengan Citra Merek Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Pengguna Aplikasi Shopee Di Kota Makassar)*. Tesis. Program Studi Magister Sains Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Hasanuddin Makassar.
- Gbadamosi, Ayantunji. 2019. *Contemporary Issues In Marketing: Principles and Practice*. Los Angeles: SAGE Publications.
- Ghozali, Imam. 2008. *Model Persamaan Struktural Konsep dan Aplikasi dengan Program AMOS Versi 5.0*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Produk SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Gita, Devi & Retno Setyorini, .2016. *Pengaruh Brand ambassador Terhadap Brand image Perusahaan Online Zalora.co.id*. E-Proceeding of Manajement: Vol.3 No.1
- Gita, Devi, Retno Setyorini. 2016. *Pengaruh Brand Ambassador Terhadap Brand Image Perusahaan Online Zalora.co.id*. E-Proceeding of Manajement: Vol.3 No.1.
- Gitosudarmo, Indriyo. 2017. *Manajemen Pemasaran*, Edisi Kedua. Yogyakarta: BPFE-Yogyakarta

- Greenwood, Gaynor Lea. 2012. *Fashion Marketing Communications*. New Jersey, USA : Wiley
- Hapsari, Niken Tri. 2017. *Seluk-Beluk Promosi & Bisnis*. Jogjakarta: A'Plus Books
- Hasbi. 2016. *Pengaruh Promosi Penjualan Terhadap Minat Beli Konsumen Kosmetik Wanita Dengan Menggunakan Instagram (Studi Kasus Mahasiswa Manajemen Universitas Muhammadiyah Makassar)*. Skripsi. Makassar: Universitas Muhammadiyah Makassar
- Hermawan, Adrian Hira. 2016. *Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, dan Promosi Terhadap Minat Beli Notebook Acer*. Skripsi. Yogyakarta: Universitas Negeri Yogyakarta.
- Hery. 2019. *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: PT. Grasindo
- <https://www.tokopedia.com/about/our-story/> diakses pada 01 februari 2022 pukul 18:31 WIB di Kediri
- Imelia, Ria dan Endang Ruswanti. 2017. *Factors Affecting Purchase Intention of Electronic House wares in Indonesia*, International Journal of Business and Management Invention, Volume 6 Issue 2.
- Iqbal, Muh. 2021. *Bukan Shopee, Ini Juara Marketplace RI di Kuartal I/2021*. <https://www.cnbcindonesia.com/tech/20210421232912-37-239796/bukan-shopee-ini-juara-marketplace-ri-di-kuartal-i-2021> diakses pada 31 Agustus 2021 Pukul 21.56 WIB di Kediri
- Isoraite, Margarita. 2018. *Brand Image Theoretical Aspect*, IJBE: Integrated Journal of Business and Economics
- Keller, Kevin Lane. 1993. *Conceptualizing, Measuring and Managing Customer-Based Brand Equity*. Journal of Marketing. Vol. 57 No.1
- Kostanto, Tri Hari. 2014. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Bank Jatim Cabang Klampis Surabaya*. Jurnal Ilmu & Riset Manajemen Vol.4 No.10. Diakses pada 15 Juni 2022, 19:57 WIB
- Kotler, Phillip dan Kevin Lane Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran: Edisi 13*. Jakarta: Erlangga
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2011. *Manajemen Pemasaran: Edisi 13 jilid 1 dan 2*, Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip., & Kevin Lane Keller. 2013. *Manajemen Pemasaran: Jilid Kedua*, Jakarta: Erlangga.

- Kuncoro, Mudrajad. 2010. *Masalah, Kebijakan, dan Politik, Ekonomika Pembangunan*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Lailiya, Nisfatul. 2020. *Pengaruh Brand Ambassador Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Di Tokopedia*. Jusnal IQTISHA Dequity, Vol. 2, No. 2.
- Larasari, Ernie, dkk .2018. *Pengaruh Brand Ambassador Dan Event Sponsorship Terhadap Purchase Intention Dengan Brand Image Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Produk Smartphone Vivo Pada Mahasiswa Universitas Sultan Ageng Tirtayasa)*. SAINS: Jurnal Manajemen dan Bisnis. Volume 11 Nomor 1.
- Lee, J. Lucy Jeffrey D. James, Yu Kyoum Kim. 2014. *A Reconceptualization of Brand Image*, International Journal of Business Administration, Vol.5, No.4.
- Leksono, Rafael Billy & Herwin .2017 . *Pengaruh Harga Dan Promosi Grab Terhadap Brand Image yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen Pengguna Transformasi Berbasis Online*. Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT, Vol.2 No.3.
- Lestari, Heppiana. 2018. *Pengaruh Brand Ambassador dan Korean Wave terhadap Citra Merek serta Dampaknya pada Keputusan Pembelian (Survey online pada konsumen Innisfree di Indonesia dan China)*. Skripsi. Malang: Universitas Brawijaya, 2018
- Lovell, Oliver “*Brand Image- make it strong, favorable and unique*”, <https://finkbrave.wordpress.com/2012/02/06/brand-image-make-it-strong-favorable-and-unique/> (diakses pada 13 April 2022, pukul 13.55).
- Mardiani, Alfia Sarah dan Aditya Wardhana. 2018. *Pengaruh Brand Ambassador Terhadap Minat Beli Bandung Kunafe Cake*. eProceeding Of Management, Vol.5 No.2.
- Marpi, Yapiter. 2020. *Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Atas Keabsahan Kontrak Elektronik Dalam Transaksi E-Commerce*. Tasikmalaya: Zona Media Mandiri.
- Mawadah, Eni Mariska Skripsi. 2020. *Pengaruh Brand Ambassador Dan Kesadaran Merek Terhadap Proses Keputusan Pembelian Produk Di Tokopedia Dengan Citra Merek Sebagai Intervening*. Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah Jakarta
- Melati.2020. *Manajemen Pemasaran*. Sleman: Deepublish
- Muhamad. 2008. *Metode Penelitian Ekonomi Islam Pendekatan Kuantitatif*. Depok: PT. Raja Grafindo Persada

- Nurdiansyah .2019. Haris dan Robbi Saepul Rahman, *Pengantar Manajemen*. Yogyakarta: Diandra kreatifif
- Nurhasanah, Siti. 2017. *Praktikum Statistika 2 Untuk Ekonomi dan Bisnis Aplikasi dengan Ms Excel dan SPSS*. Jakarta: Salemba Empat
- Opiida, “Pengertian *e-marketplace*”, Retrieved from <https://tokohalista.wordpress.com>, 2014, diakses pada 28 Maret 2022 pukul 13:43 WIB di Kediri.
- Panuju, Redi. 2019. *Komunikasi Pemasaran: Pemasaran sebagai Gejala Komunikasi, Komunikasi sebagai Strategi Pemasaran*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Pardede, Ratlan dan Renhard Manurung. 2014. *Analisis Jalur*. Jakarta: Reneka Cipta.
- Pratiwi, Made Suci, dkk. 2014. *Pengaruh Citra Perusahaan, Citra Produk Dan Citra Pemakai Terhadap Keputusan Pembelian Produk Foremost Pada Distro Ruby Soho Di Singaraja*. e-Journal Bisma Universitas Pendidikan Ganesha Jurusan Manajemen Vol. 2
- Probosini, Dewi Amalia, dkk. 2021. *Pengaruh Promosi Dan Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian Pengguna Market Place X Dengan Brand Image Sebagai Variable Intervening*. Jurnal Bisnis, Manajemen, dan Keuangan, Vol.2 No.2 .
- Purbohastuti, Arum Wahyuni dan Asmi Ayuning Hidayah. 2020, *Meningkatkan Minat Beli Produk Shopee Melalui Celebrity Endorser*. Jurnal Bisnis Terapan, Volume 04 Nomor 01.
- Radkevict, Uladzimir, dkk. 2006. *Leveraging Offshore IT Outsourcing by SMEs through Online Marketplaces*. Journal of Information Technology Case and Application Research, Vol.8 No.3.
- Rahmadhanty, Ghina Putri .2020 .*Pengaruh Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian (Survey pada Penggemar Boyband EXO sebagai Brand Ambassador Nature Public*. Skripsi. Yogyakarta: Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga.
- Rangkuti, Freddy. 2009. *Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis, Kasus, Integrated Marketing Communication*. Jakarta: PT.Gramedia Pustaka Utama.
- RI, Departemen Agama. 2010. *Al-Qur'an, Terjemahan, dan Tafsir untuk Wanita (Mushaf Nafisah)*. Bandung: Penerbit Jabal.

- Riyanto, Slamet, Agis Andhita Hatmawan. 2020. *Metode Riset Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: Deepublish.
- Rosadi, Ria Safitri & Amie Kusumawardhani. 2018. *Analisis Pengaruh Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Citra Merek Dan Keputusan Pembelian Produk Sepatu Bata Di Kota Semarang*. Diponegoro Journal Of Management, Vol.7 No.2.
- Royyan, Frans M. 2005. *Marketing Selebritis: Strategi dalam Iklan dan Strategi Selebriti Memasarkan Diri Sendiri*, Jakarta: PT.Elex Media Komputindo.
- Sa'adah, Isna Khaytus. 2019. *Pengaruh Promosi Online Terhadap Keputusan Pembelian Paket Umrah Di PT. Pradana Grasindo Tour & Travel Cabang Gresik*. Skripsi. Surabaya: UIN Sunan Ampel
- Samuel, Hatane dan Adi Suryanata Lianto. 2014. *Analisis e-WOM, Brand Image, Brand Trust dan Minat Beli Produk Smartphone Di Surabaya*. Jurnal Manajemen Pemasaran. Vol. 8, No. 2.
- Sangadji, E.M. dan Sopiah. 2013. *Perilaku Konsumen: Pendekatan Praktis Disertai: Himpunan Jurnal Penelitian*. Yogyakarta: Penerbit Andi
- Santoso, Wijdajanti Mulyono. 2016. *Ilmu Sosial di Indonesia: Perkembangan dan Tantangan*. Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia
- Setiadi, Nugroho J. 2013. *Perilaku Konsumen (edisi revisi)*. Jakarta: Kencana Perdana media Group.
- Setyawan, Tony , Sonny Hersona GW, Asep Muslihat. 2013. *Analisis Pengaruh Bauran Promosi terhadap Keputusan Pembelian Jasa di Lembaga Pendidikan Speaking Karawang*. Jurnal Manajemen. Vol.10. No. 3
- Sfenrianto Sfenrianto, dkk. 2018. *Assessing the Buyer Trust and Satisfaction Factors in the E-Marketplace*. Journal of Theoretical and Applied Electronic Commerce Research Vol 13 . Issue 2
- Shinta, Agustina. 2014. *Manajemen Pemasaran: Edisi 1*. Malang: Universitas Brawijaya Press
- Siagian. Dergibson dan Sugiarto. 2006. *Metode Statistika Untuk Bisnis Dan Ekonomi*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama
- Simanjutak, Sinta Dameria. 2020. *Statistik Penelitian Pendidikan dengan Aplikasi Ms. Excel dan SPSS*, Surabaya: CV Jakad Media Publishing.
- Soekarso dan Iskandar Putong. 2015. *Kepemimpinan: Kajian Teoritis dan Praktis*. Bogor: Mitra Citra Wacana Media

- Sugiyono. 2007. *Statistika untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Bisnis(Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi dan R&D)*. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Suharsaputra, Uhar. 2014. *Metode Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif, dan tindakan*. Bandung: Rafika Aditama.
- Sujarweni, V. Wiratna. 2015. *Metode Penelitian Bisnis & Ekonomi*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Sukirman. 2020. *Strategi Keunggulan Bersaing melalui Keunggulan Asosiasi Merek, Kekuatan Asosiasi Merek dan Keunikan Asosiasi Merek*. Jurnal Manajemen dan Bisnis: Performa, Vol.17, No.1
- Sutrisna, Acep. 2017. *Hubungan Kredibilitas Dosen Public Speaking dengan Ketrampilan Berbicara Mahasiswa*. Skripsi. Bandung: Universitas Padjajaran
- Suyanto, M. 2007. *Marketing Strategi Top Brand Indonesia*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tan, Kevin. 2021. *Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Minat Beli Dengan Mediasi Citra Merek Pada Cikake*. PERFORMA : Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis, Vol.6 No.4.
- Tokopedia Brand Asset Guidelines* diunduh pada 16 Mei 2022 Pukul 16.16 WIB pada <https://ecs7.tokopedia.net>. di Kediri.
- Turban, Efraim dkk.2017. *Introduction to Electronic Commerce and Social Commerce (Fourth Edition)*. Swithzerland: Springer.
- Wijaya, Bambang Sukma. 2013. *Dimensions of Brand image: A Conceptual Review from the Perspective o f Brand Communication*. European Journal of Business and Management, Vol.5, No.31.
- Wiyono, Gendro. 2011. *3 in One Merancang Penelitian Bisnis dengan Alat Analisis SPSS 17.0 & Smart PLS 2.0*. Yogyakarta: Percertakan STIM YKPN Yogyakarta.
- Wu, Chao Sen. Tien-Tze Chen. 2019. *Building Brand's Value: Research on Brand Image, Personality and Identification*. International Journal of Management, Economics and Social Sciences, Vol.8, No.4.
- Wulandari, Sisca Putri. 2021. *Pengaruh Brand Ambassador Terhadap Purchase Intention yang dimediasi Brand Image dan Brand Awareness*. Jurnal Ilmu Manajemen dan Bisnis , Vol.12 No.2 Tahun

Younus, Sohail dkk. 2015. *Identifying the Factors Affecting Customer Purchase Intention*. Global Journal of Management and Business Research: A Administration and Management Volume 15 Issue 2 Version 1.0

Yulianti, Farida dkk. 2019. *Manajemen Pemasaran*. Sleman: Deepublish

Zhang, Yi. 2015. *The Impact of Brand Image on Consumer Behavior: A Literature Review*, Open Journal of Business and Management, Vol.3 No.1