

DAFTAR PUSTAKA

- Aditi, B., & Hermansyur, H. M. (2018). *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*. 19(1), 64–72.
- Akbar, M. J. C., & Sunarti. (2018). Pengaruh Electronic Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian (Survei pada Konsumen Restoran Sushi Tei Kelapa Gading). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, Vol. 60(No. 3), h. 45-51.
- Anggraini, E. I., Hidayat, K., & Sunarti. (2019). *PEMBELIAN (Survei pada Pembeli yang juga Menggunakan Kosmetik Wardah di Counter Wardah Matahari Department Store Malang Town Square)*. 73(1).
- Aprisal, D. (2017). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian. *eJournal Administrasi Bisnis*, 5(3), 815–826.
- [Beautynesia.id](https://www.beautynesia.id/berita-fashion/5-toko-baju-minimalis-dan-modis-di-shopee-mulai-dari-rp75-ribuan/b-147973) (2020) 5 Toko Baju Minimalis dan Modis di Shopee, Mulai dari Rp75 Ribuan. 24 Juni 2020 (Internet). <https://www.beautynesia.id/berita-fashion/5-toko-baju-minimalis-dan-modis-di-shopee-mulai-dari-rp75-ribuan/b-147973> (diakses 09 Januari 2021).
- [Cosmopolitan.co.id](https://www.cosmopolitan.co.id/article/read/8/2018/14627/serunya-belanja-online-di-shopee-99-super-shopping-day) (2018). Serunya Belanja Online di Shopee 9.9 Super Shopping Day. (Internet). <https://www.cosmopolitan.co.id/article/read/8/2018/14627/serunya-belanja-online-di-shopee-99-super-shopping-day> (diakses 09 Januari 2021).
- Darman, O., & Sofia, S. (2021). *Pengaruh Desain Produk , Promosi , Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Motor Yamaha N-Max Pada Pt . Hasjrat Abadi Motor Kota Sorong. 1.x*
- Fitrianto, E. M., . N., & . I. (2020). Brand Ambassador Performance and the Effect to Consumer Decision Using VisCAP Model on Online Marketplace in Indonesia. *Sriwijaya International Journal of Dynamic Economics and Business*, 4(1), 21. <https://doi.org/10.29259/sijdeb.v4i1.21-30>
- Ghozali, Imam. (2017). *EKONOMETRIKA Teori, Konsep dan Aplikasi dengan IBM SPSS 24*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Habir, H., Zahar, Z., & Farid. (2018). Pengaruh citra merek dan word of mouth terhadap keputusan pembelian sepeda motor Yamaha. *Jurnal Ilmu Manajemen Universitas Tadulako*, 4(3), 211–218.
- Hangraini, F., Aryati, I., & Widayanti, R. (2019). Analisis Citra Nerek, Positioning Produk Dan Lifestyle Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Baju the Executive Di Solo Paragon Mall. *Jurnal Ilmiah Edunomika*, 3(02), 416–

422. <https://doi.org/10.29040/jie.v3i02.611>

- [Hipwee.com](https://www.hipwee.com/list/berjuang-di-era-milenial-inilah-perjuangan-sebenarnya-bagi-generasi-muda-kekinian/) (2017). 6 Gaya Hidup di Era Milenial yang Salah Kaprah Tapi Masih Saja Diagung-agungkan. 23 Agustus 2017. (Internet).
<https://www.hipwee.com/list/berjuang-di-era-milenial-inilah-perjuangan-sebenarnya-bagi-generasi-muda-kekinian/> (diakses 27 Oktober 2021).
- Ilaisyah, L. M. (2020). Pengaruh *Brand Ambassador* Dan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada *Marketplace* Tokopedia. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)* .
- Igir, F. G., Tampi, J. R. E., & Taroreh, H. (2018). *Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Daihatsu Grand Max Pick Up*. 6(2), 86–96.
- Joesyiana, K. (2018). *Pengaruh Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Media Online Shop Shopee Di Pekanbaru (Survey pada Mahasiswa Semester VII Jurusan Pendidikan Akuntansi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Islam Riau)*. 4(1).
- [Kaskus.co.id](https://www.kaskus.co.id/thread/5caec7a488b3cb37b66bdeb4/heboh-netijen-indonesia-membuat-gerakan-uninstall-shopee-karena-ini/) (2019) Heboh, Netijen Indonesia Membuat Gerakan #Uninstall Shopee Karena Ini. 11 April 2019. (Internet).
<https://www.kaskus.co.id/thread/5caec7a488b3cb37b66bdeb4/heboh-netijen-indonesia-membuat-gerakan-uninstall-shopee-karena-ini/> (diakses 28 Oktober 2021).
- [Kompas.com](https://money.kompas.com/read/2019/07/12/193100126/fashion-jadi-produk-terlaris-dan-menguntungkan-bagi-e-commerce) (2019) Fashion Jadi Produk Terlaris dan Menguntungkan bagi E-Commerce. 12 Juli 2019. (Internet).
<https://money.kompas.com/read/2019/07/12/193100126/fashion-jadi-produk-terlaris-dan-menguntungkan-bagi-e-commerce> (diakses 09 Januari 2021).
- [Kompasiana.com](https://www.kompasiana.com/latihidofficial/604095868ede481d4a4973c2/tokopedia-vs-shopee-pilih-yang-mana?page=3&page_images=1) (2021) Tokopedia vs Shopee: Pilih yang Mana? Halaman 3. 4 Maret 2021. (Internet).
https://www.kompasiana.com/latihidofficial/604095868ede481d4a4973c2/tokopedia-vs-shopee-pilih-yang-mana?page=3&page_images=1 (diakses 22 September 2021).
- [Kompasiana.com](https://www.kompasiana.com/syarifhidayat0145/5eb2605d097f36429915acc2/pe-rubahan-gaya-berpakaian-masyarakat-indonesia-akibat-adanya-modernisasi-dan-globalisasi) (2021) Perubahan Gaya Berpakaian Masyarakat Indonesia Akibat Adanya Modernisasi dan Globalisasi Halaman 1. 7 Juni 2021 (Internet).
<https://www.kompasiana.com/syarifhidayat0145/5eb2605d097f36429915acc2/pe-rubahan-gaya-berpakaian-masyarakat-indonesia-akibat-adanya-modernisasi-dan-globalisasi> (diakses 22 September 2021).
- Kotler, P., Armstrong, G. (2017). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, Jilid 1. Jakarta:

Erlangga.

Kotler, Philip., dan Keller, Kevin Lane 2016. *Marketing Management*. 14 Edition. New Jersey: Prentice Hall.

Kotler, Philip., dan Keller, Kevin Lane 2016. *Marketing Management*. 15 Global Edition: United States of America. Pearson Education.

Kharisma, L., & Hutasuhut, S. (2019). Peran Mediasi Minat Beli Pada Pengaruh Brand Ambassador Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian. *Niagawan*, 8(3), 197. <https://doi.org/10.24114/niaga.v8i3.15579>

Lailiya, N. (2020). Pengaruh Brand Ambassador dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian di Tokopedia. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 2(2), 113–126.

Lestari, N., & Ayu., & Iriani, S. S. (2018). Pengaruh kepercayaan dan kemudahan transaksi terhadap keputusan pembelian secara online pada situs mataharimall.com. 6, 1–8.

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.

Lestari, Dewi, N. K., & Ekowati, S. (2020). *jurnal manajemen modal insani dan bisnis (jmmib)e-issn 2723-424X //Volume//1//Nomor//1//Juli//2020// Website: www.jurnal.imsi.or.id*. 137–145.

[Liputan 6.com](https://www.liputan6.com) (2020) Ide Bisnis buat yang Ingin Memulai Karier Sebagai Entrepreneur. 12 desember 2020. (Internet). <https://www.liputan6.com/bisnis/read/4428355/ide-bisnis-buat-yang-ingin-memulai-karier-sebagai-entrepreneur,2020> (diakses 09 Januari 2021).

[Liputan 6.com](https://www.liputan6.com) (2021) 6 Desain Fashion Super Unik, Malah Bikin Gagal Paham <https://www.liputan6.com/citizen6/read/4529042/6-desain-fashion-super-unik-malah-bikin-gagal-paham> (diakses 11 April 2021).

[Liputan 6.com](https://www.liputan6.com) (2021) Shopee Tunjuk Joe Taslim Jadi Brand Ambassador Baru. 22 Agustus 2021. (Internet). <https://m.liputan6.com/amp/4638268/shopee-tunjuk-joe-taslim-jadi-brand-ambassador-baru> (diakses 27 Oktober 2021).

Mandanoka, L. F., Tumbel, A., & Rondonuwu, C. (2018). Analisis Pengaruh Citra Merek, Harga Dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Nissan Grand Livina Pada Pt.Wahana Wirawan Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 6(3), 1518–

1527. <https://doi.org/10.35794/emba.v6i3.20235>

Mongisidi, S. J., Ekonomi, F., & Manajemen, J. (2019). Pengaruh Lifestyle Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Nike (Studi Kasus Manado Town Square). *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 7(3). <https://doi.org/10.35794/emba.v7i3.24041>

Mukarromah, D. S., Rofiah, C., Mukarromah, D. S., Rofiah, C., Produk, D., Produk, K., & Pembelian, K. (2019). *Pengaruh Citra Merek, Desain Produk Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Merek Bata*. 2(1), 27–36.

Oktavenia, K. A. R., & Ardani, I. G. A. K. S. (2019). *Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Nokia Dengan Citra Merek Sebagai PemediasI*. 8(3), 1374–1400.

Prastuti, D. I., & Karyanti, Y. (2020). Pengaruh Electronic Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian. *Journal Prosiding Manajemen*, 13(3), 815–820. <https://doi.org/10.30998/faktorexacta.v13i3.7071>

Peter, J. Paul., dan Olson, Jerry C 2014. *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Edisi 9. Salemba Empat-Jakarta Selatan.

Peter, J. Paul., dan Olson, Jerry C 2014. *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Edisi 10. Salemba Empat-Jakarta Selatan.

Putra, G. P., Arifin, Z., & Sunarti. (2017). *Dampaknya Terhadap Kepuasan Konsumen (Survei pada Mahasiswa Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Administrasi angkatan 2013 dan 2014 Universitas Brawijaya yang Melakukan Pembelian Paket Data Kampus)*. 48(1), 124–131.

Putri, D. H. M., Syarief, N., & Pusporini. (2021). *Prosiding biema*. 2.

[Quora.com \(2020\) Pernahkah Kamu Memberi Review Jujur Di Shopee Maupun Tokopedia Yang Menjelaskan Bahwa Kualitas Barangnya Buruk, Tapi Malah Dikomplain Oleh Pemilik Toko Dan Diminta Mengubah Penilaian.](https://id.quora.com/Pernahkah-kamu-memberi-review-jujur-di-Shopee-maupun-Tokopedia-yang-menjelaskan-bahwa-kualitas-barangnya-buruk-tapi-malah-dikomplain-oleh-pemilik-toko-dan-diminta-mengubah-penilaian) 27 Oktober 2021. (Internet). <https://id.quora.com/Pernahkah-kamu-memberi-review-jujur-di-Shopee-maupun-Tokopedia-yang-menjelaskan-bahwa-kualitas-barangnya-buruk-tapi-malah-dikomplain-oleh-pemilik-toko-dan-diminta-mengubah-penilaian>. (diakses 27 Oktober 2021).

Rachmayanti, I., & Ady, S. U. (2018). No Title. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 2.

Rahmadhani, R., & Prihatini, A. E. (2019). *Pengaruh Electronic Word Of Mouth dan Perceived Risk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Konsumen Tokopedia Pendahuluan Perkembangan teknologi dan informasi Tujuan*

penelitian ini yaitu : (1) Untuk. 8, 23–30.

Resa, N. A. (2019). *Kepercayaan dan persepsi risiko terhadap keputusan pembelian online*. 7.

Rafiz, F. M. (n.d.). *Keputusan Pembelian Mobil Merek Daihatsu (Studi Pada Konsumen Kendaraan Daihatsu Di PT . Jolo Abadi Authorized Daihatsu Dealer Malang)*. 39(2), 105–111.

Rembon, A., Mananeke, L., & Gunawan, E. (2018). Pengaruh Word of Mouth Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pt.Kangzen Kenko Indonesia Di Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 5(3). <https://doi.org/10.35794/emba.v5i3.18675>

Sari, F. P., & Yuniati, T. (2016). Pengaruh Harga Citra Merek dan Word Of Mouth terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 5(6), 1–15. <http://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jirm/article/view/746/756>

Sari, V. E. (2019). *Pengaruh E-Wom , Lifestyle , Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Ticket Online (Studi Kasus Pembelian Tiket Pesawat Dan*. 7(4), 474–487.

Samosir, S. L., Putri, Rachma, Y., Nurfebriani, S. (2016). Dewi, O. F., As, S., Brand, W., The, O. N., To, D., Wardah, P., & In, C. (n.d.). *Pengaruh Penggunaan Brand Ambassador Dewi Sandra terhadap Keputusan Pembelian Kosmeti Wardah di Kota Bandung*. *Jurnal Sositologi*.

Sellershoopee.com (2019) Apa Itu Penilaian Produk. 14 Agustus 2019. (Internet) <https://seller.shopee.co.id/edu/article/467/Penilaian-Produk>. (diakses 27 Oktober 2021).

Sindonews.com (2020) Peta Perilaku Belanja Setiap Generasi 2021. 17 November 2020 (Internet). <https://www.google.co.id/amp/s/ekbis.sindonews.com/newsread/23461034/ini-dia-peta-perilaku-belanja-setiap-generasi-1605546692> (diakses 27 Oktober 2021).

Shopymatic.com (2020) 7 Rekomendasi Produk Fashion Untuk Jualan di Shopee 2021. 22 Desember 2020. (Internet). <https://www.shopymatic.com/7-rekomendasi-produk-fashion-untuk-jualan-di-shopee-2021.html> (diakses 09 Januari 2021).

Shopee.com (2021) Review atau komentar konsumen. 28 Oktober 2021. (Internet). <https://shopee.co.id/product/72110214/3674455819?smtt=0.138453758-1635691300.9>. (diakses 29 Oktober 2021).

- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sukma Nuryanti, Penny; Istiyanto, B. (2020). *Testing the Product Quality, Brand Ambassador, Product Design and Lifestyle against the OPPO Smartphone Purchasing Decision 1**. 01(03), 121–125.
- Suliyanto. 2011. *Ekonometrika Terapan Teori dan Aplikasi dengan SPSS*. Yogyakarta: Andi.
- Ulza, E. (2019). Pengaruh Brand Image Dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian. *Administrasi Bisnis*, 8(1), 59–66.
- Sihite, B. F. (2019). *Product quality , celebrity endorser*. 2(2).
- Simanihuruk, P. (2019). *Pengaruh Promosi , Harga Dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Beat (Studi Kasus : Pengguna Sepeda Motor Honda Beat Pada Masyarakat Kecamatan Medan Tembung)*. 19.
- Suari, M. T. Y., Telagawathi, N. L. W. S., & Yulianthini, N. N. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Jurusan Manajemen*, 7(1), 26–33.
- Tjiptono, Fandy. 2015. *Strategi Bisnis*. Yogyakarta: ANDI.
- [Top brand award. \(2020\) Top brand index kategori situs jual beli online](https://www.topbrand-award.com/) (Internet). <https://www.topbrand-award.com/> (diakses 09 Januari 2021).
- Wahyuni, R., & Irfani, H. (2019). Pengaruh *Lifestyle , Percieved Ease Of Use* Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan. 12(2), 3–5.
- Wicaksono, A., Suharyono, & Pangestuti, E. (2018). Pengaruh International Brand dan Lifestle Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Pada Pengguna Iphone Di Indocell Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 57(2), 170–179.
- Wicaksono, D. A., Sumarsono, H., & Santoso, A. (2019). *Penerbitan artikel mahasiswa*. 3(1), 81–89.
- Yulianto, E., & Mawardi, M. K. (2016). *Pengaruh Electronic Word Of Mouth Terhadap Citra Destinasi Serta Dampaknya Pada Minat Dan Keputusan Berkunjung (Survei pada Followers Aktif Akun Instagram Indtravel yang Telah Mengunjungi Destinasi Wisata di Indonesia)*. 37(2), 1–10.