

## DAFTAR PUSTAKA

- Affandi, A.D. dkk., 2022. Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Iklan Terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian pada Marketplace Shopee (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Malang). *E-JRM: Elektronik Jurnal Riset Manajemen Vol. 11 No. 23*
- Afriansyah, R dkk., 2021. Keputusan Pembelian Secara Online Berdasarkan Kelompok Referensi, Keluarga serta Peran dan Status. *Budgeting: Journal of Business, Management and Accounting Vol. 2 No. 2 Hal. 529-539*
- Alimuddin, F & Muslimin, U. 2022. Pengaruh Harga, Periklanan dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Mie Sedaap di Kota Parepare. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin Amsir Vol. 1 No. 1 Hal. 38-49*
- Anggraini, M dkk., 2020. Pengaruh Kelompok Referensi, Media Sosial, dan Word of Mouth terhadap Keputusan Pembelian pada Generasi Millennial. *Jurnal Ekonomak Vol. 6 No. 3 Hal. 1-8*
- Ani, J. dkk., 2022. Pengaruh Citra Merek, Promosi, Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada E-commerce Tokopedia Di Kota Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal riset ekonomi, manajemen, bisnis dan akuntansi Vol. 10 No. 1 Hal 663-674*
- Biro Akademik, "Website resmi biro akademik Universitas Muhammadiyah Purwokerto", 2023. <https://baa.ump.ac.id> (Diakses 20 Februari 2024)
- Brestilliani, L dan Suhermin, S. 2020. Pengaruh Brand Awareness, Brand Ambassador, dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Online pada Marketplace Shopee (Studi Pada Mahasiswa Stiesia). *JIRM: Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen Vol. 9 No. 2*
- Dewi, A.R. 2022. Pengaruh Penggunaan Bangtan Boys Menjadi Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian Kepada E-Commerce Tokopedia Dengan Memediasi Brand Image Dan Brand Awareness. *Journal of Applied in Business Management and Accounting Vol. 1 No. 1 Hal. 14-26*
- Diawaty, P. dkk., 2021. Pengaruh Brand Ambassador dan Viral Marketing Terhadap Proses Keputusan Pembelian Pada Konsumen Marketplace. *JPPI (Jurnal Penelitian Pendidikan Indonesia) Vol. 7 No. 4 Hal 560 - 569*
- Eliza, F. dkk., 2022. Label Halal, Brand Image, dan Reference Group: Dampak Terhadap Keputusan Pembelian Muslim Pada Produk Perawatan Kulit di Marketplace Shopee. *Journal of Islamic Banking Vol. 3 No. 1 Hal. 1-20*

- Enablr.id. "Cek Keunggulan Tokopedia Dibanding E-Commerce Lain". <https://enablr.id> (Diakses 19 Januari 2025).
- Fasha, A.F. dkk., 2022. Determinasi Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli: Brand Ambassador dan Brand Image. *JMPIS: Jurnal Manajemen Pendidikan dan Ilmu Sosial* Vol. 3 No. 1
- Febrianti, V.P. dkk., 2021. Analisis Pengaruh Perkembangan Teknologi Pertanian di Era Revolusi Industri 4.0 Terhadap Hasil Produksi Padi. *Jurnal Pengolahan Pangan* Vol. 6 No. 2 Hal. 54 - 60
- Firmansyah, M.A. 2019. *Pemasaran Produk dan Merek (Planning & Strategy)*. Surabaya: CV. Penerbit Qiara Media
- Firmansyah, M.A. 2018. *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)*. Yogyakarta: CV. Budi Utama
- Ghozali, Imam. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25* (ed.9). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Hadipranata, Q.A.C. dkk., 2023. Pengaruh Influencer dan Iklan terhadap Keputusan Pembelian di Marketplace Shopee. *Jurnal Riset Akuntansi dan Bisnis Indonesia* Vol. 3 No. 1 Hal. 196-213
- Hendayana, Y. dan Afifah, N.M. 2020. Pengaruh Brand Ambassador dan Korean Wave terhadap minat belanja online melalui marketplace Tokopedia. *Kinerja: Jurnal Ekonomi dan Bisnis* Vol. 3 No. 1 Hal. 32-46.
- Ilaisyah, H.L. dan Sulistyowati, R. 2020. Pengaruh Brand Ambassador dan Iklan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Marketplace Tokopedia. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga* Vol. 8 No. 3 Hal. 904-910
- Indrasari, M. 2019. *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: Unitomo Press
- Kotler, P. & Armstrong, G. (2017). *Principle Of Marketing* (17<sup>th</sup> ed.). United Kingdom: Pearson
- Kotler dkk., 2020. *Principles Of Marketing* (8<sup>th</sup> European ed.) London: Pearson
- Lailiya, N. 2020. Pengaruh Brand Ambassador dan Kepercayaan terhadap Keputusan Pembelian di Tokopedia. *Iqtishad Equity Jurnal Manajemen* Vol. 2 No. 2 Hal. 113-126
- Lestari, R.D. dkk., 2023. Pengaruh Brand Ambassador, Electronic Word of Mouth, dan Keragaman Produk terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Pengguna Marketplace Tokopedia di Magetan). *Jurnal Cakrawala Ilmiah* Vol. 2 No. 11 Hal. 4241-4254

- Mahliza, F. dkk., 2021. The Effect of E-WOM, Brand Trust, and Brand Ambassador on Purchase Decision at Tokopedia Online Shopping Site. *IOP Conference Series: Materials Science and Engineering Vol. 1071 No. 1*
- Mita dkk., 2021. Analisis Pengaruh Harga, Kemudahan Penggunaan, dan Ulasan Konsumen Daring terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee. *INOVIS: Jurnal Inovasi Bisnis dan Manajemen Indonesia Vol. 4 No. 4 Hal. 548-557*
- Nellyaningsih & Hidayat, R. 2019. Pengaruh Kelompok Referensi terhadap Keputusan Pembelian Jasa Asuransi. *Akrab Juara: Jurnal Ilmu-Ilmu Sosial Vol. 4 No. 4 Hal. 144-159*
- Pratiwi, B.F.N. dan Dwijayanti, R. 2022. Pengaruh Gaya Hidup dan Kelompok Acuan Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen Kedai Kopi Ruang Temu Kabupaten Tulungagung). *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JTPN) Vol. 10 No. 1 Hal. 1501-1511*
- Purnama, F.A. dkk., 2022. Pengaruh Iklan dan Electronic Word of Mouth terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Tokopedia. *Jurnal Ekonomi Manajemen Akuntansi dan Keuangan Vol. 3 No. 3 Hal. 1119-1128*
- Rani, R.P. dan Widyasari, S. 2021. Pengaruh Brand Ambassador, Kemudahan Penggunaan dan Kepercayaan terhadap Keputusan Pembelian Online (Studi Pada Konsumen Marketplace Tokopedia di Rembang). *SEIKO: Journal of Management & Business Vol. 4 No. 2 Hal. 157-162*
- Schiffman, L.G dan Wisenblit, J. 2015. *Consumer Behavior*. Pearson: England
- Sugiyono. 2015. *Metodologi Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D)*. Bandung: Alfabeta
- Susanti, F & Mulyani, C. 2022. Pengaruh Kepercayaan, Iklan dan Persepsi Resiko terhadap Keputusan Pembelian Di Situs Shopee Pada Konsumen Kelurahan Lubuk Buaya. *Jurnal Valuasi: Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen Dan Kewirausahaan Vol. 2 No. 2*
- Susanto, R. 2021. Pengaruh Harga dan Iklan terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Oppo di Tangerang Selatan. *JABE (Journal of Applied Business and Economic) Vol. 7 No. 4 Hal. 450-457*
- Syarif, S.H & Hiya, N. 2021. Pengaruh Iklan, Citra Merek, dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Tokopedia. *Literasi Jurnal Ekonomi dan Bisnis Vol. 3 No.2 Hal. 40-51*

- Tae, B.E. & Bessie, J.L.D. 2021. Pengaruh Gaya Hidup dan Kelompok Referensi Terhadap Minat Membeli Ulang (Repurchase Intention). *Jurnal Transformatif Vol. 10 No. 1 Hal. 27-45*
- Tokopedia.com. “TopAds, 4 Tipe Iklan TopAds Yang Perlu Kamu”. <https://www.seller.tokopedia.com> (Diakses 13 September 2023)
- Tokopedia.com. “Tokopedia Tunjuk Dua Brand Ambassador Sekaligus” BTS dan BLACKPINK”. <https://www.tokopedia.com> (Diakses 13 September 2023)
- Topbrand-award.Com. “Top Brand Index Beserta Kategori Lengkap”. <https://www.topbrand-award.com> (Diakses 13 September 2023)
- Utami, N. dkk., 2022. Pengaruh Brand Ambassador terhadap Keputusan Pembelian pada E-Commerce Tokopedia (Studi Kasus Remaja Kota Medan). *JIKEM: Jurnal Ilmu Komputer, Ekonomi, dan Manajemen Vol. 2 No. 1 Hal. 41-46*.

