

DAFTAR PUSTAKA

- Adriana, N. C., & Ngatno, N. (2020). Pengaruh Brand Image Dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli Sebagai Variabel *Intervening* (Studi Pada Konsumen Sariayu Martha Tilaar Di Kota Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 9(1), 198-208.
- Anang Firmansyah, 2023. *Pemasaran produk dan merek*, cetakan pertama, penerbit Qiara Media, Jawa timur.
- Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia, (2019). <https://apjii.or.id/berita/d/apjii-jumlah-pengguna-internet-indonesia-tembus-221-juta-orang>
- Badan Pusat Statistika, (2021) <https://yogyakarta.bps.go.id/pressrelease/2021/01/21/1077/hasil-sensus-penduduk-2020.html>
- Badan Pusat Statistika, (2023) <https://www.bps.go.id/id/publication/2023/08/31/131385d0253c6aae7c7a59fa/statistik-telekomunikasi-indonesia-2022.html>
- Badan Pusat Statistika, (2023) <https://www.bps.go.id/id/publication/2023/09/18/f3b02f2b6706e104ea9d5b74/statistik-ecommerce-2022-2023.html>
- Chaffey, D., & Chadwick, F. E. (2016). *Digital Marketing: Strategy, Implementation and Practice (6th ed.)*. Pearson Education.
- Diputra, I. G. A. W., & Yasa, N. N., (2021). *The influence of product quality, brand image, brand trust on customer satisfaction and loyalty*. *American International Journal of Business Management (AIJBM)*, 4(1), 25-34.
- Febrianti, W., & Hasan, R. (2022). Impact of Product Quality and Brand Image Towards Buying Decisions with Buying Interest as Mediation Variable. *Journal Research of Social, Science, Economics, and Management*, 1(11), 1899-1912.
- Ferdinand, Augusty. (2014). *Metode Penelitian Manajemen*, Semarang, Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program IBM SPSS*. Edisi 7. Semarang: Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS* 25. Badan Penerbit Universitas Diponegoro: Semarang
- Hariyanto, R. C., & Wijaya, A. (2022). Pengaruh Brand Ambassador, Brand Image dan Brand Awareness terhadap Purchase Decision. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 4(1), 198-205.

- Harmayani *et.al*, (2020). *E-Commerce Suatu Pengantar Bisnis Digital*. Jawa Timur: Yayasan Kita Menulis, 2020.
- Hidayat, C. N., & Setiawati, C. I. (2021). Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Pada Bhinneka. com. *eProceedings of Management*, 8(4).
- Ilmi, S., Pawenang, S., & Marwati, F. S. (2020). Pengaruh Choi Siwon Sebagai Brand Ambassador, Brand Image, dan Cita Rasa Terhadap Keputusan Pembelian Mie Sedaap Korean Spicy Chicken. *Jurnal Ilmiah Edunomika*, 4(01), 466539.
- Indarto & Krisjanti (2016). Pengaruh Citra Merek Pada Kesiediaan Konsumen Untuk Membayar Harga Premium Produk Starbucks.
- Indarto, A. T. (2016). Pengaruh Citra Merek Pada Kesiediaan Konsumen Untuk Membayar Harga Premium Produk Starbucks.
- Isnaini, M. F., & Rubiyanti, R. N. (2021). Pengaruh Brand ambassador Terhadap Minat Beli Tiket. com Di Jawa Barat. *eProceedings of Management*, 8(1).
- Janna, N. M., & Herianto, H. (2021). Konsep uji validitas dan reliabilitas dengan menggunakan SPSS.
- Johannes, C. S., & Siagian, V. (2020). Pengaruh Brand Ambassador, Kepercayaan, dan Price Discount Terhadap Minat Beli di Aplikasi Tokopedia. *Jurnal Penelitian Ilmu Manajemen (JPIM)*, 6(2), 98-112.
- Kharisma, L., & Hutasuhut, S. (2019). Peran Mediasi Minat Beli Pada Pengaruh Brand Ambassador dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian. *Niagawan*, 8(3), 197-215.
- Kotler, Philip dan Armstrong, Gary., (2007). *Dasar-Dasar Pemasaran (Principles of Marketing)*. Jakarta: Prenhallindo.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller (2016). *Marketing Management*. Edisi 15. Global Edition. United Kingdom: Pearson Education
- Kredivo dan Katadata, (2020) https://kredivocorp.com/wp-content/uploads/2020/08/Kredivo_Katadata_Ecom-Report.pdf
- Laudon, K. C., & Traver, C. G. (2017). *E-Commerce 2016 business, technology, society* (12th ed.). England: British Library Catalogue-in.
- Lea-Greenwood, Gaynor. (2012). *Fashion Marketing Communications E-book*. Somerset, NJ, USA: Wiley.
- Maulana, Y. S., & Marista, M. (2021). The Effect of Brand Image and Brand Trust on Oppo Cellphones Purchasing Decisions In Banjar City. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 8(2), 214-225.
- Merchant Machine, (2018) <https://merchantmachine.co.uk/saturated-sectors/>

- Meutia, R. F., Sinulingga, S., Fawzee, B. K., & Sadalia, I. (2020). The Influence Of Consumer Perception And Brand Image On The Purchasing Interest In Killiney Coffee Shops Among The Young Generation In Medan. *International Journal On Language, Research And Education Studies*, 4(1), 164-179.
- Mohammad, W., & Maulidiyah, N. R. (2023). Pengaruh Akses Internet Terhadap Aspek Kualitas Kehidupan Masyarakat Indonesia. *Triwikrama: Jurnal Ilmu Sosial*, 1(2), 211-221.
- Purwati, A., & Cahyanti, M. M. (2022). Pengaruh Brand Ambassador dan Brand Image Terhadap Minat Beli yang Berdampak pada Keputusan Pembelian. *IQTISHADUNA: Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita*, 11(1), 32-46.
- Rangkuti, Freddy. (2008). *The Power Of Brands*. Jakarta: Penerbit Gramedia
- Rossiter, Percy, dan Bergkvist. (2018). *Marketing Communications: Objectives, Strategy, Tactics*, Teller Road Thousand Oaks, United Kingdom Sage.
- Rusmiati, N. N., Sugiati, I. G. A., Purnami, A. S., & Amerta, I. M. S. (2020). The effect of brand image and country of origin on consumer buying interest: case study on Yamaha NMAX motorcycle in Denpasar city. *International Research Journal of Management, IT and Social Sciences*, 7(3), 83-90.
- Savitri, C., Hurriyati, R., Wibowo, L., & Hendrayati, H. (2022). The role of social media marketing and brand image on smartphone purchase intention. *International Journal of Data and Network Science*, 6(1), 185-192.
- Schiffman, Leon, L., dan Kanuk L. (2008). *Perilaku Konsumen*. Alih Bahasa: Zoelkifli Kasip. PT. INDEKS, Jakarta.
- Soetanto, J. P., Septina, F., & Febry, T. (2020). Pengaruh Kualitas Produk Dan Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Amondeu. *Jurnal Performa: Jurnal Manajemen dan Start-up Bisnis*, 5(1), 63-71.
- Sterie, W. G., Massie, J., & Soepono, D. (2019). Pengaruh Brand Ambassador Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pt. Telesindo Shop Sebagai Distributor Utama Telkomsel Di Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 7(3).
- Sugiyono (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabet.
- Susilawati, A. D., Hanfan, A., & Anugrah, F. H. (2021). Pengaruh Brand Image, Brand Ambassador, Word Of Mouth dan Testimony In Social Media terhadap Keputusan Pembelian Hijab Sulthanah di Kota Tegal. *Dialektika*, 6(1), 370408.
- Tjiptono, Fandi. (2008) *.Strategi Pemasaran, Edisi III*, Yogyakarta: CV. Andi Offset

- Tokopedia (2021) https://www.tokopedia.com/blog/2021-tokopedia-tunjuk-dua-brand-ambassador-sekaligus-bts-dan-blackpink/?utm_source=google&utm_medium=organic
- Tokopedia (2023) https://www.tokopedia.com/blog/press-release-isyana-sarasvati-bangga-jadi-brand-ambassador-baru-tokopedia/?utm_source=google&utm_medium=organic
- Tokopedia, (2024) <https://www.tokopedia.com/about/our-story>
- Top Brand, (2023) https://www.topbrand-award.com/komparasi_brand/bandingkan?id_award=1&id_kategori=6&id_subkategori=540&tahun_awal=2018&tahun_akhir=2023&brand1=Blibli.com&brand2=Bukalapak.com&brand3=Lazada.co.id&brand4=Shopee.co.id&brand5=Tokopedia.com
- Wardana, W. (2018). Strategi Pemasaran. Yogyakarta: Deepublish.
- Wardani, A. A. K., & Istiyanto, B. (2022). Peran brand ambassador, brand image, dan harga terhadap minat beli konsumen (Studi kasus co-branding Samsung X Bts). *Jurnal Ilmiah Edunomika*, 6(1), 551-557.
- Wijaya, V. A., & Oktavianti, R. (2018). Pengaruh brand image e-commerce terhadap minat beli konsumen (survei pada pelanggan tokopedia). *Prologia*, 2(2), 531-537.
- Windiana, L., & Bakhtiar, A. (2020). The Effect of Green Marketing toward the Consumers Buying Interest of Starbucks Coffee Mediated By Brand Image. *Habitat Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian*, 31(1), 36-41.
- Yasmin Puti, (2020) <https://finance.detik.com/fintech/d-4907515/5-unicorn-indonesia-ini-daftar-lengkapnya>
- Yoel, D. A., Massie, J. D., & Tielung, M. V. (2021). Pengaruh Brand Image Dan Brand Ambassador Terhadap Minat Beli Konsumen Di Era New Normal Pandemi Covid-19 Pada Baskin-Robbins Manado Town Square. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 9(4), 136-144.
- Yuliantoro, N., Goeltom, V., Juliana, I. B., Pramono, R., & Purwanto, A. (2019). Repurchase intention and word of mouth factors in the millennial generation against various brands of Boba drinks during the Covid 19 pandemic. *African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure*, 8(2), 1-11.