

DAFTAR PUSTAKA

- A, P., & MM, C. (2019). Pengaruh Brand Ambassador Dan Brand Image Terhadap Keputusan. *Manajemen*, 12(1), 12.
- Algifari, M., & Hasbi, I. (2021). *PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN CITRA MEREK TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN LAYANAN JASA GO-RIDE GOJEK (STUDI KASUS PADA PELANGGAN JASA TRANSPORTASI ONLINE KOTA CILEGON) THE EFFECT OF SERVICE QUALITY AND BRAND IMAGE ON CUSTOMER LOYALTY OF GO-RIDE GO-JEK SE*. 8(5), 6181–6193.
- Amalia Probosini, D., Hidayat, N., & Yusuf, M. (2021). Pengaruh Promosi dan Brand Ambassador terhadap Keputusan Pembelian Pengguna Market Place X dengan Brand Image sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Keuangan*, 2(2), 445–458.
- Andarista, F., Hariyani, D. S., & Fauzi, R. U. A. (2022). Pengaruh Brand Ambassador Dan Promosi Terhadap Minat Beli Brand Erigo Melalui Brand Image Sebagai Variabel Intervening. *Journal of Current Research in Business and Economics*, 1(2), 36–44.
- Apriliani, S., & Pradana, A. W. S. (2022). JIMEA | Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, dan Akuntansi). *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi)*, 6(1), 595.
- Astuti, N. L. G. S. D., Widhyadanta, I. G. D. S. A., & Sari, R. J. (2021). Pengaruh Brand Image Dan Brand Awareness Lazada Terhadap Keputusan Pembelian Online. *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana*, 10(10), 897. <https://doi.org/10.24843/eeb.2021.v10.i10.p07>
- Basith, A., & Fadhilah, F. (2019). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi

Keputusan Pembelian Produk pada McDonald's di Jatiasih Bekasi. *Jurnal Manajemen Dan Organisasi*, 9(3), 192–203.

<https://doi.org/10.29244/jmo.v9i3.28224>

Clarissa, C., & Bernarto, I. (2022). The Influence of Brand Ambassador, Brand Awareness, Brand Image and Prices on Purchase Decisions on Online Marketplace. *Business and Entrepreneurial Review*, 22(2), 273–288.

<https://doi.org/10.25105/ber.v22i2.14966>

Dihni, V. A. (2021). Penjualan E-commerce Indonesia Diproyeksi Paling Besar di Asia Tenggara pada 2021. In *KataData* (p. 2025).

<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/09/21/penjualan-e-commerce-indonesia-diproyeksi-paling-besar-di-asia-tenggara-pada-2021>

Faradasya, Cantika Indah., Trianasari, N. (2021). Pengaruh Brand Ambassador Kpop Stray Kids Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian. *E-Proceeding of Management*, 8 (2)(2), 865–873.

Ghadani, A., Muhar, A. M., & Sari, A. I. (2022). Pengaruh brand ambassador dan brand image terhadap keputusan pembelian di shopee dengan mediasi brand awareness. *Insight Management Journal*, 2(3), 110–118.

<https://doi.org/10.47065/imj.v2i3.200>

Image, P. B., Kualitas, D. A. N., Rahmawati, D., & Chan, S. (2022). (*STUDI PADA KOPI JANJI JIWA CITRA 6 KALIDERES*). 2, 261–272.

Janna, N. M., & Herianto. (2021). Artikel Statistik yang Benar. *Jurnal Darul Dakwah Wal-Irsyad (DDI)*, 18210047, 1–12.

Khrisnanda, H. R. R., & Dirgantara, I. M. B. (2021). The Effect of Brand Awareness, Brand Image, and Credibility on Oppo Mobile Phone Brand Product Purchase Intention. *Journal, Diponegoro Management, O F*, 10(2), 1–9.

Kirana, L. C., Trijayanti, R. T., & Sari, Y. I. (2020). *PENGARUH ZASKIA ADYA MECCA SEBAGAI BRAND AMBASSADOR DALAM INSTAGRAM*

*MECCANISMOFFICIALSHOP TERHADAP BRAND IMAGE MECCANISM
THE EFFECT OF ZASKIA ADYA MECCA AS A BRAND AMBASSADOR IN.*
8, 308–320.

Kok, W., Ariesa, Y., Pratama, V., Kosasih, S., & Fernand Alianza, V. (2021). The Role of Brand Ambassador, Event Marketing and Digital Marketing on Purchase Decisions User Shopee. *Birci*, 4, 4808–4814.

<https://doi.org/10.33258/birci.v4i3.2263>

Korompis, J. G., & Tumewu, F. J. (2022). *J. G. Korompis ., W. J. F. A Tumbuan ., F. J. Tumewu THE INFLUENCE OF BRAND AMBASSADOR AND BRAND IMAGE ON E-COMMERCE PURCHASE DECISION AT TOKOPEDIA MARKETPLACE (STUDY ON MILLENNIAL AND GENERATION Z IN MANADO) PENGARUH BRAND AMBASSADOR DAN BRAND I.* 10(4), 903–911.

Lailiya, N. (2020). Pengaruh Brand Ambassador Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Di Tokopedia. *IQTISHADEquity Jurnal MANAJEMEN*, 2(2), 113. <https://doi.org/10.51804/iej.v2i2.764>

Lenaini, I. (2021). Teknik Pengambilan Sampel Purposive Dan Snowball Sampling. *Jurnal Kajian, Penelitian & Pengembangan Pendidikan Sejarah*, 6(1), 33–39. p-ISSN 2549-7332 %7C e-ISSN 2614-1167%0D

Marga, U. P. (2021). *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Online (Studi Pada Mahasiswa Pengguna Platform Shopee).* 9(2).

Memon, M. A., T., R., Cheah, J.-H., Ting, H., Chuah, F., & Cham, T. H. (2021). Pls-Sem Statistical Programs: a Review. *Journal of Applied Structural Equation Modeling*, 5(1), i–xiv. [https://doi.org/10.47263/jasem.5\(1\)06](https://doi.org/10.47263/jasem.5(1)06)

Mudiar, W., & Hervianto, D. R. (2019). Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Toko Online Tokopedia (Studi pada Konsumen Tokopedia Jakarta). *Jurnal Simposium Nasional Ilmiah, November*, 415–423.

<https://doi.org/10.30998/simponi.v0i0.350>

- Muhammad Ali, & Muhammad Shoaib. (2018). Impact of Brand Image on Consumer Buying Behavior. *Nigerian Chapter of Arabian Journal of Business and Management Review*, 5(2), 20–32.
<https://doi.org/10.12816/0043953>
- Novianti, K. F., & Lestari, F. (2021). Pengaruh Brand Ambassador dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian pada e-Commerce Tokopedia. *Banking & Management Review*, 10(1), 1369–1385.
<https://iprice.co.id/insights/mapofecommerce/2018-2020>
- Perpustakaan, P. I., Adab, F., Sunan, U. I. N., & Yogyakarta, K. (2021). *STATISTIKA DESKRIPTIF SEBAGAI KUMPULAN INFORMASI*. 16(1), 40–59.
- Purwanto, A., Asbari, M., & Santoso, T. I. (2021). Analisis Data Penelitian Manajemen Pendidikan: Perbandingan Hasil antara Amos, SmartPLS, WarpPLS, dan SPSS untuk Jumlah Sampel Kecil. *International Journal of Social, Policy and Law (IJOSPL)*, 01(01), 111–122.
<https://ijospl.org/index.php/ijospl/article/view/64>
- Purwanto, A., & Sudargini, Y. (n.d.). *Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) Analysis for Social and Management Research : A Literature Review Journal of Industrial Engineering & Management Research*. 2(4), 114–123.
- Singh, A. S., & Masuku, M. (2018). Sampling Techniques and the determinants of sample size in applied statistics. *International Journal of Economics, Commerce and Management*, 2(11), 1–22. <http://ijecm.co.uk/>
- Tentang Tokopedia _ Ketahui Lebih Banyak Tentang Kami*. (n.d.).
- Tokopedia Jadikan BTS sebagai Brand Ambassador _ Republika Online*. (n.d.).
- Yudha Pratomo. (2020). *Kebocoran Data 15 Juta Pengguna, Pengakuan Tokopedia, dan Analisis Ahli Halaman all - Kompas.com*.
<https://tekno.kompas.com/read/2020/05/03/03330087/kebocoran-data-15->

[juta-pengguna-pengakuan-tokopedia-dan-analisis-ahli?page=all](#)



Lampiran 1. 1 Kuisiner Penelitian