

DAFTAR PUSTAKA

- A Faizal Muzakki, Eman Sulaeman, ” Analisis Faktor-Faktor Penentu Keputusan Pembelian Pada Kedai Kopi Nol Derajat Cikampek Karawang”, *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 4 no 2 (2021) [file:///C:/Users/ASUS/Downloads/9395-21984-1-PB%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/ASUS/Downloads/9395-21984-1-PB%20(1).pdf)
- Ardhian Prima Satya, “Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengaruh Pembelian pada TokoBuku Gramedia di Kota Semarang” *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, no 5
- Aurel Raisha Sandy, dan Niken Febriana Herningtyas,” Manajemen Hubungan *Influencer* Media Sosial”, *Jurnal Ilmu Komunikasi dan Bisnis* 5 no. 2 (2020) - 25 Desember, 2020 -<http://jurnal.stiks-tarakanita.ac.id/index.php/JIK/article/view/295/pdf>
- Berlianfin Wibowo, Andrean Heryjanto, “Pengaruh kredibilitas Influencer, Nominal Harga, dan Media Sosial terhadap Minat Pembelian dengan Mediasi Citra Merek di Tokopedia”, *Journal of Business and Applied Management*, 13 No. 1 (2020) – 20 April 2021 - <https://journal.ubm.ac.id/index.php/business-applied-management/article/view/2133>
- Bilson Sinamora. *Panduan Riset Perilaku Konsumen*. :Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, (2002). <https://books.google.co.id/books?id=pAfxNu7FFCYC&printsec=frontcover&hl=id#v=onepage&q&f=false>
- Djaali, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2021) https://www.google.co.id/books/edition/Metodologi_Penelitian_Kuantitatif/wY8fEAAAQBAJ?hl=en&gbpv=0
- Dosen STIE IPJIWA . *Belajar manajemen dimulai dari sini*. <https://books.google.co.id>
- Erni Larasati, “Pengaruh *Brand Ambassador* dan *Event Sponsorship* Terhadap *Purchase Intention* dengan *Brand Image* sebagai Variabel *Intervening*”, *Jurnal Manajemen Bisnis*, 6, No. 1, (2018) - 1 Januari 2021 -
- Hamida Lailanur Ilaisyah “Pengaruh *Brand Ambassador* dan Iklan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada *Marketplace* Tokopedia,” *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)* 8, no. 3 (2020) – 20 April 2021 -

- <https://jurnalmahasiswa.unesa.ac.id/index.php/jptn/article/download/35770/31814>
- P'in Endang M dan Orland Jorge I, "Analisis Keputusan Pembelian Konsumen Melalui Media *Online* (*E-Marketing*)" *Jurnal Ekonomi* 4, no. 2 (2013) – 1 Januari, 2021 -<https://media.neliti.com/media/publications/17909-ID-analisis-keputusan-pembelian-konsumen-melalui-media-online-e-marketing.pdf>
- Larisa Aesthetic Center, "Larisa News" diakses dari <https://media.neliti.com/media/publications/103307-ID-analysis-of-factors-affecting-purchase-d.pdf> Pada Tanggal 20 Januari 2020
- Lutfhi Nuraini Sandra Putri, dkk "Pelaksanaan Promosi Melalui Media Sosial Instagram Pada Toko Zizara Depok", *Jurnal Cakrawala* 17, no 2, (2017), 226 – 17 Maret, 2022
- M. Anang Firmansyah. *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran..*:Sleman. Qiara Media, 2018)
- Martha Ineke Noviandani, "Nilai-Nilai Amanah Sebagai Strategi Fungsional pada Rumah Makan Wong Solo Jabang Gresik", *JESTT* Vol. 2 No. 5 (2016) - 25 Desember, 2020 - <https://e-journal.unair.ac.id/JESTT/article/view/581/384>
- Muhammad Ikhsan Putra, "Pengaruh Brand Ambassador dan Brand Image Serta Dampaknya Terhadap Keputusan Pembelian", *Jurnal Administrasi Bisnis* 12, no 1 (2014) - 3 Febuari, 2021
- Muhammad Zaky Rosyadi, "Pengaruh Influencer Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Digital Era Modern", *Jurnal Manajemen dan Inovasi (MANOVA)* 1, no 2, (2018) 1 Januari 2021 - <http://jurnalfebi.uinsby.ac.id/index.php/MANOVA/article/view/350>
- Natasia Stevani, dan Ahmad Junaidi, "Pengaruh *Influencer* Terhadap Minat Beli Produk Fashion Wanita pada Instagram", *Jurnal Prologia* 5, no. 1 (2021) - 25 Desember, 2020-
<https://journal.untar.ac.id/index.php/prologia/article/view/10121/6928>
- Nikolaus Duli. *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Beberapa Konsep Dasar untuk Penulisan Skripsi & Analisis Data dengan SPSS*. Yogyakarta: Deepublish, 2019

- <https://books.google.co.id/books?id=A6fRDwAAQBAJ&printsec=copyright&hl=id#v=onepage&q&f=false>
- Novi Try Haryanti dan Alexander Wirapraja, "Pengaruh *Influencer Marketing* sebagai strategi pemasaran digital era modern", *Jurnal Eksekutifi*, 5 no 1 (2018) – 20 April 2021 -
- Philip Kotler dan Kevin Lane Keller. *Manajemen Pemasaran edisi 13 Jilid 1*. Jakarta: Erlangga, 2009
- Ratih Wahyunigrum, "Analisis Strategi E-marketing untuk Meningkatkan Minat Beli *l Manajemen Bisnis*, 21, no. 3 (2018) -1 Januari, 2021 -<https://ibn.e-journal.id/index.php/ESENSI/article/view/143/116>
- Rennyta Yusiana, dan Rifaat Al Maulida," Pengaruh Gita Gutawa sebagai Brand Ambassador Pond's dalam Mempengaruhi Keputusan Pembelian", *jurnal ecomedica*, 3 no 1 (2015) -26 Desember, 2020 -
- Rochmat Aldy Purnomo. *Analisis Statistik Ekonomi dan Bisnis dengan SPSS*. Ponorogo: CV Wade Group dan UNMUH Ponorogo Press, 2016)
https://books.google.co.id/books?id=MQCGDwAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=id&source=gbs_vpt_read#v=onepage&q&f=false
- Sandu Siyoto dan Muhammad Ali Sodik, *Dasar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Literasi Media Publishing, 2015) – 5 Agustus 2020-
<https://books.google.co.id/books?id=QPhFDwAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=id#v=onepage&q&f=false>
- Saputro, Alan, "Pengaruh Digital Marketing dan Brand Ambassador dalam Membentuk Brand Identity sebagai Variabel Intervensi terhadap Purchase Intention Pada Produk Markobar," *Jurnal Strategi Pemasaran*, 5, no 2 (2018) -13 April 2021-
<http://publication.petra.ac.id/index.php/manajemen-pemasaran/article/view/7087>
- Sarah Amalia Muslim, Publikasi Ilmiah "Pengaruh Penggunaan *Brand Ambassador* dan *Brand Image Idol K-pop* terhadap Keputusan Pembelian(Studi Kasus Perusahaan *E-commerce* Tokopedia)," Universitas Muhammadiyah Surakarta (2020),

[https://eprins.ums.ac.id/84753/3/NASKAH%20PUBLIKA
SI.pdf](https://eprins.ums.ac.id/84753/3/NASKAH%20PUBLIKA%20SI.pdf)

- Sari Anjadi dan Irwansyah, “Peran *Influencer* dalam Mengkomunikasikan Pesan di Media Sosial Instagram”, *Jurnal Ilmiah* 16, no 2, (2020): 3 Februari 2021 <https://ojs.uph.edu/index.php/PJI/article/view/1929/pdf>
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. (Bandung: Alfabeta, 2015), \
- Yoga Endhi P, dkk, “Keputusan Pembelian *Online* Melalui Aplikasi Shopee Di Surakarta Ditinjau dari Kualitas Layanan, *Online Customer Review* dan Kepercayaan” *Jurnal Edunomika* 3, no. 2 (2019) - 13 April 2021 - <https://jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/jie/article/viewFile/665/512>
- Yoyo Sudaryo, dkk. *Digital Marketing dan Fintech di Indonesia*.: Yogyakarta. Penerbit Andi, 2020. <https://books.google.co.id>

