

DAFTAR PUSTAKA

- Al-Qur'an dan Terjemahnya. 2020. Jakarta: Departemen Agama R.
- Abiromo, B. 2014. Pengaruh Tagline Dan Brand Ambassador Terhadap Brand Awareness Produk Kartu Perdana Simpati Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi. *Universitas Negeri Yogyakarta*. Yogyakarta.
- Amron, A. 2018. The Influence of Brand Image , Brand Trust , Product Quality , and Price on the Consumer ' s Buying Decision of MPV Cars. *European Scientific Journal*. Vol. 14, No.13.
- Anggraeni, Penia dan Nina Madiawati, Putu. 2016. PENGARUH KEPERCAYAAN DAN KUALITAS INFORMASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SECARA ONLINE PADA SITUS WWW.TRAVELOKA.COM. *e-Proceeding of Management*. Vol.3, No.2
- Arikunto, S. 2010. *Prosedur penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Brestilliani, Lelly. 2020. PENGARUH BRAND AWARENESS, BRAND AMBASSADOR, DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ONLINE PADA MARKETPLACE SHOPEE (Studi Pada Mahasiswa Stiesia). *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*. Vol.9, No2.
- Dua Lembang, Rosvita. 2010. Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi, dan Cuaca terhadap Keputusan Pembelian Teh Siap Minum merek Teh Botol Sosro. Undip.
- Dermawan, Zulrama. 2018. Peranan Celebrity Endorser Dalam Menarik Minat Beli Pengguna Media Sosial Instagram. UIN ALAUDIN: Makasar
- Etta Mamang Sangadji, Sopiah. 2012. *Metodologi Penelitian*. Yogyakarta.
- Ghozali, I. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. (Trans: Application of Multivariate Analysis using SPSS). Semarang: Badan Penerbit UNDIP.
- . 2016. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan SPSS. Cetakan Keempat*. Semarang: BP Universitas Diponegoro.
- Gita, D and R. Setyorini. 2016. Pengaruh Brand Ambassador Terhadap Brand Image Perusahaan Online Zalora.co.id. e-proceeding of Management. Vol.3, No.1.

- Halik, A., Arif, D., Ekasari, R., Yucha, N., Aulia, R., Maarif, U., Latif, H., & Java, E. 2020. Economic Impacts of COVID-2019 and its Implications on e-Commerce Buying Interest : A Case Study in Shopee Online- shop. Vol.29, No.4.
- Kd Puspita Dwi Anjani dan I Gusti Ayu Wimba. 2021. PENGARUH KEPERCAYAAN KONSUMEN DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PT.WARISAN EURINDO DI DALUNG, KEROBOKAN, KEDONGANAN. *Jurnal Manajemen, Kewirausahaan dan Pariwisata*. Vol. 1, No. 1.
- Kertamukti, Rama. 2015. *Strategi Kreatif dalam Periklanan*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Kotler, P. 2011. *Manajemen Pemasaran dan Analisis Perencanaan, Implementasi dalam Perencanaan. (11th ed.)*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler dan Keller. 2012. *Manajemen Pemasaran. Edisi 14*. Jakarta: Indeks Kelompok Gramedia.
- . *Manajemen Pemasaran edisi ketigabelas jilid 1 dan 2 (dialih bahasakan oleh Bob Sabran)*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip and Gary Armstrong. 2012. *Prinsip-prinsipPemasaran*. Edisi13. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- . 2013. *Principles of Marketing Fourteenth Edition*. New Jersey: Pearson Pretice Hall.
- Kotler, P., & Keller, K. L. 2012. *Marketing Management (14th ed.)*. New Jersey: Pearson Prestice Hall.
- . 2016. *Marketing Management*. Edisi 15. Ebook:Pearson.
- Kurniawan, Dedek. 2019. “Analisis Kualitas Produk Tabungan Faedah Dan Kualitas Pelayanan Dalam Perspektif Islam Terhadap Kepuasan Nasabah BRI Syari’ah Kantor Cabang Mojokerto”. Surabaya.
- Lailiya, Nisfatul. 2020. PENGARUH BRAND AMBASSADOR DAN KEPERCAYAAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI TOKOPEDIA. *IQTISHADEquity*. Vol.2, No.2.
- Lea-Greenwood, Gaynor. 2012. *Fashion Marketing Communications*. E-Book. Somerset, NJ,USA.

- Lestari, Heppiana, Sunarti, and Aniesa Samira Bafadhal. 2019b. 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*. Vol.66, No.1.
- Luh Putu Suwastiari, Ni dkk. 2021. PENGARUH GREEN MAREKTING, KUALITAS PRODUK, DAN BRAND IMAGE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA STARBUCKS COFFEE DI DENPASAR. *Jurnal Emas*. Vol. 2, No.1.
- Magdalena, P., Suharyono, dan Mukhammad. 2015. Pengaruh Brand Ambassador Terhadap International Brand Image Serta Dampaknya Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Administrasi Bisnis*. Vol.23, No.1.
- Maksum A. R., R. Arifin, dan M. Hufron. 2018. Pengaruh Brand Ambassador Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Brand Image Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Ilmiah Riset Manajemen*. Vol.7, No.12.
- Mayer, Roger C., Davis, James., Schoorman, F. David. 2010. *An Integrative Model of Organizational Trust*. United State: Academy of Management.
- Melany Ajis, Tika dan Ekowati, Sri. 2020. PENGARUH KUALITAS PRODUK, IKLAN, DAN SOCIAL INFLUENCER TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SMARTPHONE VIVO PADA MAHASISWA UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH BENGKULU. *Jurnal Manajemen Modal Insani Dan Bisnis (JMMIB)*. Vol.1, N0.2.
- Novansa, H., & Ali, H. 2017. Purchase Decision Model: Analysis of Brand Image, Brand Awareness and Price (Case Study SMECO Indonesia SME Products). *Saudi Journal of Humanities and Social Sciences*. Vol. 2, No.8.
- Pratama, Gama, W. 2015. Pengaruh informasi dan kepercayaan terhadap keputusan pembelian pada forum jual beli (FJB) kaskus. *Skripsi Universitas Telkom*.
- Pratiwi, Heni. 2021. “Analisis Pengaruh Faktor Kemudahan, Kepercayaan dan Kemanfaatan Terhadap Keputusan Konsumen Menggunakan GOPAY Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Jambi)”. Jambi.

- Priansa, Donni Juni. 2017. *Perilaku Konsumen Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Priyatno, D. 2012. *Belajar Cepat Olah Data Statistik dengan SPSS*. Yogyakarta : CV Andi Offset.
- Purwa Lestari, Dian dan Kurniawan Murtiyanto, Rizky. 2020. PENGARUH KEPERCAYAAN DAN KEANEKARAGAMAN PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA SITUS E-COMMERCE B TO C PLATFORM JD.ID. *Jurnal Aplikasi Bisnis*. Vol.6, No.1.
- Razak, I., Nirwanto, N., & Triatmanto, B. 2016. The Impact of Product Quality and Price on Customer Satisfaction with the Mediator of Customer Value. *Journal of Marketing and Consumer Research*. Vol. 30.
- Ridwan, Turiska Septyanti. 2019. “Analisis Kepercayaan Konsumen Dalam Perspektif Ekonomi Islam Terhadap Keputusan Pembelian Produk Melalui Situs Online Di Kabupaten Pinrang”. Makasar.
- Rosmitha, Siti Nurma. 2017. Pengaruh Harga, Promosi dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Paket Internet Dalam Prespektif Ekonomi Islam. UIN Raden Intan: Lampung.
- Sangaji., d. S. 2013. *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Jakarta: Erlangga
- Sagia, Ayu, and Syafrizal Helmi Situmorang. 2018. “Pengaruh Brand Ambassador, Brand Personality Dan Korean Wave Terhadap Keputusan Pembelian Produk Nature Republic Aloe Vera. *Jurnal Manajemen Bisnis Indonesia*. Vol.5, No.2.
- Sahputra, R. 2017. Pengaruh Celebrity Endorse dan Promotion Yang Dimediasi Oleh Minat Beli Sebagai Variabel Intervening Terhadap Keputusan Pembelian Pada Oppo Camera Phone. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*. Vol.6, No. 3.
- Samosir, L. P. Yuliani, dan S. Nurfebiaraning. 2016. Pengaruh Penggunaan Brand Ambassador Dewi Sandra Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah di Kota Bandung. *Jurnal Sositologi*. Vol. 15, No.2.

- Setiadi, N. J. 2013. *Perilaku Konsumen Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*. Jakarta: Kencana.
- Sriyanto, Agus dan Wahyu Kuncoro, Aris. 2019. Pengaruh Brand Ambassador, Minat Beli, Dan Testimoni Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Situs Jual Beli Online Shop Shopee Indonesia di Universitas Budi Luhur Periode Februari – April 2018). *Jurnal Ekonomika dan Manajemen*. Vol.8, No.1.
- Sugara, A., dan Dewantara, R. Y. 2017. Analisis Kepercayaan dan Kepuasan Terhadap Penggunaan Sistem Transaksi Jual Beli Online (Studi Pada Konsumen “Z”). *Jurnal Administrasi Bisnis*. Vol. 52, No.1.
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R dan D*. Bandung: Alfabeta.
- . 2013. _____
- . 2014. _____
- . 2017. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung:Alfabeta.
- Sulistiyawati, Praba. 2010. Analisis Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Laptop merek Acer di kota Semarang. Undip.
- Syariful Anam, Muhammad dkk. 2021. Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian Produk Hand and Body Lotion Merek Citra (Studi Kasus pada Mahasiswa IAIN Salatiga). *Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah*. Vol.4, No.1.
- Tiara Yulinda, Ade dkk. 2020. PENGARUH STORE ATMOSPHERE DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN NICK COFFEE KOTA BENGKULU. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*. Vol.9, No.1.
- Tjiptono, F dan G. Chandra. 2012. *Pemasaran Strategik. Edisi Dua*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono. 2014. *Bisnis Pengantar*. Edisi Pertama. Cetakan Kedua. Yogyakarta: BPFE-Yogyakarta.
- Thomson. 2013. Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Konsumen pada WarungUcok Durian Iskandar Muda Medan terhadap Keputusan Pembelian. FE USU.

Vongurai, R., Elango, D., Phothikitti, K., & Dhanasomboon, U. 2018. Social Media Usage, Electronic Word of Mouth and Trust Influence Purchase-Decision Involvement in Using Traveling Services. *Asia Pacific Journal of Multidisciplinary Research*. Vol.6, No.4.

Wulan Krisna Aryanti, Luh., Gusti Ayu Imbayani, I., dan Ketut Ribek, Pande. 2021. PENGARUH BRAND EQUITY, SOCIAL MEDIA MARKETING DAN BRAND AMBASSADOR TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN WINE PADA PT.HATTEN BALI. *Jurnal Emas*. Vol.2, No.1.

Yanto, T. 2017. Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen. *Artikel Skripsi*. Vol.1.

<https://riniisparwati.com/profil-perusahaan-shopee/>

<https://id.m.wikipedia.org/wiki/Shopee>

<https://shopee.com>