

## DAFTAR PUSTAKA

- Afifah, Rochimah Nur. (2018). Pelaksanaan strategi bauran pemasaran di pemancingan 150 Tirta Sari Kabupaten Klaten. *Skripsi*, 1-155.
- Aisyah, Siti, dan Zahara, Zakiya. (2021). Peran bauran pemasaran jasa terhadap keputusan pembelian di Mouza Supermart kota Palu. *Jurnal Ilmu Manajemen*, Vol. 7 No.1, 1-10.
- Alviah, Siti, dan Firmansyah, Ade. (n.d.). Pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian konsumen di minimarket Kopkar Primavera PT Indo American Ceramics. *Jurnal*, 1-14.
- Andriani, Deni. (2019). Pengaruh brand awareness dan brand image Marketplace Shopee terhadap keputusan pembelian produk pada mahasiswa Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar . *Skripsi* , 1-108.
- Andriani, Novi. (2021). Pengaruh brand ambassador terhadap keputusan jamaah mendaftar umrah di Biro Alsha Tour Surakarta. *Skripsi*, 1-117.
- Asrianta, Prasasti Sekar. (2018, 4 June). The Influence of Sales Promotion and Store Atmosphere Towards Impulse Buying with Shopping Emotion as Intervening Variabel. *Journal of Research in Management*, Vol. 1 No. 2, 22-33.
- Azman, Heru Aulia. (2017, 13 Oktober). Annual Conference on Economics, Business, Accounting, and Social Science (ACEBASS). *Jurnal*, 1-334.

- Bramantya, Yan Bayu, dan Jatra, Made. (2016). Pengaruh celebrity endorses dan brand image terhadap keputusan pembelian Yamaha Jupiter Mx di Kota Denpasar . *E-Jurnal Manajemen Unud, Vol. 5 No. 3*, 1745-1771.
- Cahyani, Khoiriyah Indra, dan Sutrasmawati, Rr. Endang . (2016, 5 April). Pengaruh Brand Awreness dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian . *Management Analysis Journal*.
- Dari, Puspita Wulan. (2018, Oktober ). Pengaruh strategi green marketing terhadap keputusan pembelian produk molto ultra sekali bilas di Padag. *Jurnal Polibisnis, Vol. 10 No. 2*, 1-9.
- Departemen Agama RI Al-Qur'an dan Terjemahannya. (1993). *Al-Qur'an Surah Asy-syu'ara' (26:181-183)*. Surabaya: Sari Cipta Aksara.
- Dermawan, Zulrama. (2018). Peranan Celebrity Endorses Dalam Menarik Minat Beli Pengguna Media Sosial Instagram. *Skripsi*, 1-141.
- Dewi, Luh Gede Permata Sari, Edyanto, Natasya, dan Siagian Hotlan. (2020). The Effect Of Ambassador, Brand Image, and Brand Awraness on Purchase Decision of Pantene Shampo in Surabaya, Indonesia. *Jurnal SHS Web of Conferences*, 1-10.
- Elyana. (2021). Pengaruh kualitas produk, kepercayaan, dan brand image terhadap keputusan pembelian produk pakaian secara online di kota Batam. *Skripsi*, 1-57.
- Fadhilla, Ashfira Silmi. (2017). Pengaruh budaya organisasi terhadap organizational citizenship behaviour pada Hotel Horison Bandung. *Skripsi*.

- Firdaus, Ridho. (2017). Pengaruh Brand Image dan Mediaa Communication Terhadap Minat Memilih Pembiayaan Modal Usaha Dalam Preseptif Etika Bisnis Islam. *Skripsi*.
- Gerug, Christy Jacklin, Sepang, Jantje, dan Loindong, Sjendry. (2017, Juni ). Pengaruh kualitas produk, harga dan promosi terhadap keputusan pembelian mobil Nissan X-Trail pada PT. Wahana Wirawan Manado. *Jurnal EMBA, Vol. 5 No. 2, 2221-2229*.
- Haryanti, Anita. (2020). Pengaruh Label Halal dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Ikan Sarden ABC di Kecamatan Kuala Jambi Kabupaten Tanjung Jabung Timur Provinsi Jambi. *Skripsi*.
- Ilham Ramadhan dan Marheni Eka Saputri. (2021). Pengaruh Cristiano Ronaldo Sebagai Brand Ambbassador Terhadap Keputusan Pembelian Pada E-commerce Shopee. *e-Proceeding of Management, Vol.8, No.1 , 202*.
- Iriani, Francy, dan Indriyani, Rini. (n.d.). Pengaruh kualits produk, persepsi harga dan citra merek terhadap keputusan pembelian kosmetik Sariayu Martha Tilaar. *Jurnal*.
- Jannah, Fitri Noer, Wahyuningsih, Ghina, dan Pusparini, Martini Dwi. (2019, Febuari-Agustus ). Strategi promosi Tokopedia dalam persepektif Hukum Islam. *Junal Mahasiswa FIAI-UII, at-Thullab, Vol. 1 No. 1, 1-16*.
- Kalangi, Junni Natalia, Temengkel, Lucky F., dan Walangitan, Olivia. (2019). Pengaruh Celebrity Endorser Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Shampoo Clear. *Jurnal Administrasi Bisnis, Vol. 8 No. 1, 1-11*.

- Kembar 3HMI dan Fitrianihanda. (2015). *Lakukan! Sebab Apa Yang Kamu Lakukan Itulah Yang Kau Dapatkan*. Jakarta Selatan: Qultum Media.
- Laliya, Nisfatul. (2020). Pengaruh brand ambassador dan kepercayaan terhadap keputusan pembelian di Tokopedia. *Jurnal, Vol. 2 No. 2*, 1-14.
- Larasari, Ernie. (2018, Desember ). Pengaruh brand ambassador dan event sponsorship terhadap purchase intention dengan brand image sebagai variabel intervening. *Jurnal, Vol. XI No. 1*, 1-21.
- Lesmana, Yoga Putra. (2019). Pengaruh celebrity endorses, atribut produk dan promosi terhadap keputusan pembelian konsumen Tokopedia. *Skripsi*, 1-147.
- Lestari, Nova Kurnia Dewi, dan Ekowati, Sri. (2020, Juli). pengaruh citra merek, desain produk dan harga terhadap keputusan pembelian sepeda motor honda beat . *Jurnal Manajemen Insani dan Bisnis , Vol. 1 No. 1*, 1-9.
- Mardiani, Alifia Sarah, dan Wardhana Aditya. (2018). Pengaruh brand ambassador terhadap minat beli konsumen Bandung Kunafe Cake. *e-Proceeding of Management Journal, Vol. 5 No. 2* , 2577.
- Martono. (2015, Juni). Faktor-faktor yang mempengaruhi kebijaksanaan pemasaran bidai terhadap volume penjualan pada sentra industri kecil Hasta Karya Kecamatan Jagoi Babang Kabupaten Bengkayang. *Jurnal Khatulistiwa Informatika, Vol. 3 No. 1*, 1-14.
- Mawadah, Eni Mariska. (2020). Pengaruh brand ambassador dan kesadaran merek terhadap proses keputusan pembelian produk di tokopedia dengan citra merek sebagai intervening. *skripsi*, 1/133.

- Mawarni, Mentari Vieka. (2021). Pengaruh artis k-pop (BTS) sebagai brand ambassador terhadap keputusan pembelian Konsumen Tokopedia di Kota Palembang . *Skripsi*, 1-31.
- Muhrawani, Ameliah. (2013). Analisis Faktor yang Mempengaruhi Efektifitas Iklan Axis Melalui Media Televisi. h.24.
- Mulyarizka , Dilla. (n.d.). Pengaruh Citra Merek (Brand Image) Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Merek Toyota Yaris Pada PT. Agung AutoMall Pekanbaru. *Jurnal Ilmiah*, 1-80.
- Muslim, Sarah Amalia . (2020). Pengaruh pengguna brand ambassador dan brand image idol k-pop terhadap keputusan pembelian . *Skripsi* , 1-16.
- Ningsih, Reni Widya . (2020). Analisa penerapan etika bisnis dalam jual beli online di Tokopedia. *Skripsi*, 1-70.
- Ningsih, Sri. (2020). Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Usaha Kuliner Geprek Bensu Jalan Arifin Ahmad No.14 Pekanbaru Ditinjau Menurut Ekonomi Islam. *Skripsi*.
- Njoto, Dea Putri, dan Sienatra, Krismi Budi. (2018). Pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian wnak tok. *Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis, Vol. 3 No. 5*, 1-7.
- Nurhasanah, Mahliza Febriana, Nugroho, Lucky, dan Putra, Mihanto Yanandi. (2020). The Effect of E-WOM, Brand Trust, and Brand Ambassador on Purchase Decision at Tokopedia Online Shopping Site. *Jurnal International Conference on Advanced Science and Technology (ICAST)*, 2-8.

- Oktariyadi, Celvin. (2019). Pengaruh gaya hidup, kelompok referensi, dan kualitas terhadap keputusan pembelian smartphone merek iphone. *Skripsi*, 1-143.
- Oscar, Bheben, dan Megantara, Hilman Cahya. (2020, Maret). Pengaruh atribut produk terhadap keputusan pembelian produk muslim Army. *Jurnal Bisnis dan Pemasaran, Vol. 10 No.1*, 1-12.
- Pamungkas, Berlian Novian. (2019, Mei). The Influence of Brand Image, Price and Promotion on Oppo Smartphones Purchase Decision. *Skripsi*, 3-80.
- Pengaruh brand ambassador dan brand image terhadap keputusan pembelian produk PT. Telesindo Shop sebagai distributor utama Telkomsel di Manado. (2019, Juli). *Jurnal Emba, Vol. 7 No. 4*, 3139-3148.
- Permana, Dony Indra. (2017, April). Pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian produk lantai kayu dan pintu PT. Piji di Jawa Timur. *Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis, Vol. 2 No. 1*, 1-8.
- Rahmayani, Suci. (2019). Pengaruh kualitas produk, harga dan promosi terhadap keputusan pembelian PT. Schnieder electric Indonesia Medan. *Skripsi*, 1-85.
- Rezky Amalia, Surya. (2016). Pengaruh Motif Kepuasan Mahasiswa Menonton Tayangan "Ini TalkShow" di Net Tv. *Skripsi*.
- Sanita, Santi, Kusniawati, Aini, dan Lestari, Nur Marlina. (2019, September). Pengaruh produk knowledge dan brand image terhadap Purchase Intention. *Business Management and Entrepreneurship Journal, Vol. 1 No. 3*, 1-16.

- Sari, Putri Nur Indah. (2020). Pengaruh brand ambassador, kepercayaan dan resiko terhadap keputusan pembelian di e-commerce Shopee oleh mahasiswa di Pekanbaru. *Skripsi*, 1-116.
- Shinta, Nur Rahma Tiara. (2020). Analisis pengaruh brand ambassador, advertising campaign, serta country of origin terhadap minat beli tokopedia. *Skripsi*, 1/130.
- Situnjuk, Tony, dan Priskilia. (2019, November). pengaruh iklan, promosi penjualan, dan persepsi kemudahan penggunaan terhadap minat memakai ulang layanan go-pay di Wilayah Jakarta. *Jurnal Manajemen Pemasaran, Vol. 9 No. 1*, 1-11.
- Solihin, Dede . (2020, 1 Juni). Pengaruh Kepercayaan Pelanggan dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Online Shop Mikaylaku Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Mandiri, Vol. 4, No. 1*, 38-51.
- Sriyanto, Agus dan Kuncoro, Aris Wahyu. (2019, April). Pengaruh Brand Ambassador, Minat Beli, Dan Testimoni Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ekonomika dan Manajemen, Vol. 8 No. 1*, 21-34.
- Sudjarmika, Fransiska Vania. (2017). Pengaruh harga, ulasan produk, kemudahan dan keamanan terhadap keputusan pembelian secara online di Tokopedia. *Jurnal Agora, Vol. 5 No. 1*, 1-7.
- Tanady, Edi Sucipto, dan Fuad, Muhammad. (2020, Mei). Analisis pengaruh citra merek dan kualitas layanan terhadap keputusan pembelian Tokopedia di Jakarta. *Jurnal Manajemen Pemasaran, Vol. 9 No.2* , 1-11.

Teni, dan Yudianto, Agus. (2021, Januari). Pengaruh motivasi belajar terhadap hasil belajar siswa kelas VII SMP Negeri 2 Kedokan Bunder Kabupaten Indramayu. *Jurnal Pendidikan Indonesia, Vol. 2 No. 1*, 1-13.

Yulianti, Ni Made Dhian Rani. (2020, Juni). Pengaruh brand image, green marketing strategy dan emotional desire terhadap keputusan pembelian McDonalnd's. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis, Vol. 5 No. 1*, 1-11.

Zamroni,Afif. (2016). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pepsodent pada Konsumen Indomaret Plus di Jalan M. Yamin di Samarinda. *eJournal Administrasi Bisnis, Vol. 4 No. 4*, 960-974.

Zurohman, Achmad, dan Rahayu, Eka. (2019, Januari). Jual beli online dakam presepektif Islam. *Jurnal Iqtishodiyah, Vol. 5 No. 1*, 21-32.

<https://blog.mtarget.co/strategi-marketing-tokopedia-bts/> diakses pada tanggal 29 Agustus 2021

<https://www.tokopedia.com/blog/tokopedia-announces-bts-as-the-companys-brand-ambassador/> diakses pada 30 Agustus 2021

<https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20210324184624-97-621685/survei-7-dari-10-penjual-tokopedia-alami-kenaikan-penjualan> diakses pada 30 Agustus 2021