

DAFTAR PUSTAKA

- Agus, Hermawan. (2012). *Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Amijaya, Gilang Rizky. 2012. "Pengaruh Persepsi Teknologi Informasi, Kemudahan, Risiko dan Fitur Layanan Terhadap Minat Ulang Nasabah Bank Dalam Menggunakan Internet Banking (Studi Pada Nasabah Bank BCA)". *Jurnal Manajemen Diponegoro* Volume 2, Nomor 3, Tahun 2012, Halaman 1-10, ISSN: 2252-6552 Akreditasi No.55a/DIKTI/Kep/2006
- Amalia, S., & Muslim. (2020). Pengaruh Penggunaan *Brand ambassador* dan Brand Image Idol K-POP Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Perusahaan E-commerce Tokopedia). *Eprints.Ums.Ac.Id*.
- Arli, D., Tan, L.P., Tjiptono, F., & Yang, L. (2018). *Menjelajahi niat beli konsumen terhadap produk hijau di pasar yang sedang berkembang: Peran kesiapan yang dirasakan konsumen*. *Jurnal internasional studi konsumen*, 42(4), 389-401
- Assauri, S., 2015. *Manajemen Pemasaran*, Jakarta, PT Raja Grafindo Persada
- K. N. Nabila, and S. Listyorini, "Dampak Kemudahan Penggunaan, Kualitas Informasi Dan Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Pembelian Online (Studi Pada Pengguna Situs Jual Beli Online Bukalapak Pada Mahasiswa Fisip Universitas Diponegoro)," *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, vol. 5, no. 4, pp. 313-324, Jun. 2016. <https://doi.org/10.14710/jiab.2016.13562>
- Ardiansyah, M. Rizal (2018) *Pengaruh Promosi, Harga, Dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Online Di Situs Lazada.Co.Id (Studi Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Gresik Angkatan Tahun 2017)*. undergraduate thesis, Universitas Muhammadiyah Gresik.
- Arikunto. (2013). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Djarwanto PS, dan Subagyo, Pangestu. 2005. *Statistik Induktif*. Edisi Kelima. Yogyakarta : BPFE.
- Firmansyah, M. A. (2019). *Pemasaran Produk dan Merek: Planning dan Strategy*. Penerbit Qiara Media.
- Juju, D. and Maya, M. (2010) *Cara Mudah Buka Toko Online dengan Wordpress+WP E-Commerce*. Yogyakarta: Andi Offset.

- Kotler, P. & Keller, K.L. (2012), *Manajemen Pemasaran Jilid I Edisi ke 12*. Jakarta: Erlangga.
- K. N. Nabila, and S. Listyorini, "*Dampak Kemudahan Penggunaan, Kualitas Informasi Dan Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Pembelian Online (Studi Pada Pengguna Situs Jual Beli Online Bukalapak Pada Mahasiswa Fisip Universitas Diponegoro)*." *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, vol. 5, no. 4, pp. 313-324, Jun. 2016. <https://doi.org/10.14710/jiab.2016.13562>
- Laksana, M. F. (2019). *Praktis Memahami Manajemen Pemasaran*. Sukabumi: CV Al Fath Zumar
- Lailiya, Nisfatul, 2020, *Pengaruh Brand ambassador Boyband BTS dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian di Tokopedia*. e-journal umaha, Vol. 2, No. 2, Tahun 2020
- Lea-Greenwood, Gaynor. 2012. *Fashion Marketing Communications E- book*. Somerset, NJ, USA: Wiley.
- Monica, E., Dharmmesta, B. S., & Syahlani, S. P. (2017). *Correlation Analysis Between the Service Quality, Customer Satisfaction, and Customer Loyalty of Viva Generik Pharmacy in Semarang*. *Journal of Pharmaceutical Sciences and Community*, 14(2), 86-92.
- Maksum, A. R., Arifin, R., & Hufron, M. (2018). *Pengaruh Brand ambassador Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Brand Image Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Mahasiswa Pengguna Oppo Smartphone Di Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Jurusan Manajemen Universitas Islam Malang)*. *E-Jurnal Riset Manajemen*, 1–11.
- Mujiana & Elissa, I. (2013). *Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Via Internet Pada Toko Online*. Vol. 8, No. 3.
- Putra, M. I. "*Pengaruh Brand ambassador Terhadap Brand Image Serta Dampaknya Terhadap Keputusan Pembelian (Survey Pada Pengguna Line Di Asia)*." *Jurnal Administrasi Bisnis S1 Universitas Brawijaya*, vol. 12, no. 1, 14 Jul. 2014.
- Sadrabadi, A. N., Saraji, M. K., & Monshizadeh, M. (2018). *Evaluating the Role of Brand Ambassador in Social Media*. *Journal of Marketing Management and Consumer Behaviour*

- Sari, Chacha Andira. 2015. *Perilaku Berbelanja Online Di Kalangan Mahasiswi Antropologi Di Universitas Airlangga*, Jurnal AntroUnairdotNet: Vol. 4 No. 2 <http://journal.unair.ac.id/filerPDF/auna97cbdaabbfull.pdf>,
- Shimp, T. A., & Andrews, J. (2013). *Advertising Promotion and Other Aspects of Integrated Marketing Communications*. South Western: Cengage Learning.
- Sorrels. (2015). *Globalizing Intercultural Communication*. California: Sage Publications, Inc.
- Sudaryono. 2016. *Manajemen Pemasaran. Edisi Empat*. Yogyakarta: Andi.
- Sudjatmika, F. V. (2017). *Pengaruh harga, ulasan produk, kemudahan, dan keamanan terhadap keputusan pembelian secara online di Tokopedia.com*. Agora, 5(1).
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta, CV.
- Supriyanto, A., & Antara, U. (2020). Upaya Mengurangi Prokrastinasi Akademik Siswa Melalui Layanan Bimbingan Kelompok (Pada Masa Pandemi Covid-19 Di Sma Negeri 1 Muara Batu). *Prosiding Pendidikan Profesi Guru FKIP Universitas Ahmad Dahlan*, 6, 919–927. <http://eprints.uad.ac.id/21378/>.
- Tjini, S., S., A., dan Baridwan, Z. (2013). *Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, dan Persepsi Kenyamanan Terhadap Minat Penggunaan Sistem Internet Banking. Skripsi*. Malang : Universitas Brawijaya.
- Wicaksono Yogi. 2008. *Membangun Bisnis Online dengan Mambo. PT. Elex Media Komputindo*. Jakarta