

DAFTAR PUSTAKA

- Bhara, A. M. and Syahida, A. R. (2019) 'Pengaruh Iklan "Shopee Blackpink Sebagai Brand Ambassador" Terhadap Minat Belanja Online Mahasiswa', *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*, 8(4), pp. 288–296.
- Darmawan, R. (2020). *Pengaruh Celebrity Endorsement terhadap Pembelian Produk Mie Sedap Korean Spicy Chicken pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta Angkatan Tahun 2016/2017* (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Surakarta).
- Dewa, Chriswardana Bayu. "Pengaruh celebrity endorser terhadap keputusan pembelian wisatawan Yogyakarta pada produk oleh-oleh Jogja Scrummy." *Jurnal Manajemen* 8.1 (2018): 1-9.
- Fitrianto, E. M. (2020). Brand Ambassador Performance and the Effect to Consumer Decision Using VisCAP Model on Online Marketplace in Indonesia. *SRIWIJAYA INTERNATIONAL JOURNAL OF DYNAMIC ECONOMICS AND BUSINESS*, 4(1), 21-30.
- Habibi, Muhamad Yusuf Fikri, N. Rachma, and M. Khoirul ABS. "Pengaruh Atribut Brand Ambassador Syahrini Terhadap Keputusan Pembelian Tora Bika Kopi Susu (studi kasus pada santri pesantren Mahasiswa Al Hikam malang)." *Jurnal Ilmiah Riset Manajemen* 10.06 (2021).

Hartaroe, B. P., Mardani, R. M. and Abs, M. K. (2016) 'PENGARUH ATRIBUT *BRAND AMBASSADOR* CHICCO JERIKHO TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN GARNIER MEN *FACIAL FOAM* (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis jurusan Manajemen Unisma Malang)', pp. 82–94.

Iprice (2020). Peta Persaingan Ecommerce di Indonesia.

Kertamukti, Rama. (2015). *Strategi Keratif Dalam Periklanan: Konsep, Media, Branding, Angggran*. Jakarta: Rajawali Pers

Mardiani, A. S., & Wardhana, A. (2018). Pengaruh Brand Ambassador terhadap MinatBeli Bandung Kunafe Cake. *eProceedings of Management*, 5(2).

Odyani, N. and Saputri, M. E. (2019) 'PENGARUH CELEBRITY ENDORSER TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM (Studi Kasus Mayoutfit Pada Produk Online shop Bandung) The Effect Of Celebrity Endorser Of The Purchasing Decision In Media Instagram (The Case Mayoutfit on Products On', *E-Proceeding of Management*, 6(1), pp. 1044–1049.

Putra, Adri Maulana. *Pengaruh Dimensi Brand Ambassador Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Pada Pengguna Bukalapak Di Malang)*. Diss. Universitas Brawijaya, 2020.

Ramadhan, I., & Saputri, M. E. (2021). Pengaruh Cristiano Ronaldo Sebagai Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian Pada E-commerce Shopee. *eProceedings of Management*, 8(1).

Raymon, R. (2008) 'Pengaruh Visibility, Creadibility, Attraction, Dan Power

Artis Sule Sebagai Brand Ambassador Iklan Kartu Prabayar As Terhadap Brand Image Kartu Prabayar As', (August 2004), p. 2008.

Suhendra, Gatot & Krisnadi, I. (2020) 'Kekuatan Shopee Sebagai E-Commerce Terpopuler Di Indonesia Saat Ini', *Universitas Mercu Buana*, (29).

Suryaningsih, D. (2018). Pengaruh Zaskia Adya Mecca sebagai Brand Ambassador Terhadap Keputusan Beli Konsumen Butik Meccanism Yogyakarta.

Sugiyono. (2017). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.

Wearesocial (2021). Pengguna internet indonesia.

Yunasetiani, Maskur and Yulianti, F. (2020) 'PENGARUH CHOI SIWON SEBAGAI BRAND AMBASSADOR TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PT WINGS SURYA BANJARMASIN (Survei terhadap pembeli Mie sedaap di Banjarmasin)', *e-prints uniska*.

Zahra, R. and Rina, N. (2018) 'Pengaruh Celebrity Endorser Hamidah Rachmayanti Terhadap Keputusan Pembelian Produk Online Shop MAYOUTFIT Di Kota Bandung', *LONTAR: Jurnal Ilmu Komunikasi*. doi: 10.30656/lontar.v6i1.648.