

## Daftar Pustaka

- A Shimp, T. (2015). *Advertising, Promotion & Other aspects Of Intergrated Marketing Comunication. United States: Cengage Learning.*
- A.G, S., Sukmawati, S., & Pramono. (2014). *Pertimbangan dalam Membeli Produk Barang Maupun Jasa.* Intidayu Press.
- Arikuntoro. (2014). *Paradigma Dan Model Penelitian Ilmu Komunikasi.* Jakarta: Rineka.
- Augusty, F. (2016). *Metode Penelitian Pedoman Penelitian Untuk Skripsi, Tesis dan Disertai Ilmu Manajemen.* Semarang: Universitas Diponegoro.
- Banjarnahor, A. R., Sudarso, B. P., Sahir, S. H., Iskandar Kato, R. N., Gandasari, D., Purba, S., . . . Hasyim. (2021). *Manajemen Komunikasi Pemasaran.* Jakarta: Yayasan Kita Menulis.
- Batra, Rajeev, Myer, J. G., & Aaker, D. A. (2014). *Advertising Management.* New Jersey: Prentice Hall Inc.
- Chofiyatun, S. (2021). *Pengaruh Daya Tarik Iklan Dan Duta Merek Terhadap Minat Beli Melalui Citra Merek Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Mahasiswa Stie Putra Bangsa Kebumen).* (Doctoral dissertation, Universitas Putra Bangsa).
- Ghozali, I. (2017). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi.* Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS Edisi sembilan.* Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hastuti, N. S. (2020). *Pengaruh Brand Ambasadador, Iklan, Dan Harga Terhadap Minat Pembelian Mie Sedap Oleh Mhasiswa Universitas Brawijaya.* (Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Brawijaya).
- Husein, U. (2019). *Riset Pemasaran dan Prilaku Konsumsi.* Jakarta: PT Gramedia Pusaka Utama.
- Ilmiyah, K., & Krishernawan, I. (2020). *Pengaruh Ulasan Produk, Kemudahan, kpercayaan, Dan Hara Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee Di Mojokerto.* Jurnal Manajemen, 31-42.
- Karim, A. (2019). *Pengaruh Tagline Iklan Versi "Axis Hits Bonus" Dan Brand Am assador Awarness Kartu Axis.* Move Journal, 1-13.

<https://www.kompasiana.com/josefidkeitharo4198/6007ad378ede480d2219e382/p-erilaku-belanja-online-di-kalanganmahasiswa>.

Kotler, P., & Armstrong, G. (2016). *Dasar-Dasar Pemasaran*. Jakarta: Prenhalindo.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2017). *Manajemen Pemasaran* (Ketiga Belas ed.). Jakarta: Erlangga. Jilid 1 dan Jilid 2.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Manajement* (13 ed.). Jakarta: Erlangga.

Kotler, P., & Keller, K. (2016). *Marketing Manajemen 15th Edition*. USA: Pearson Education.

Laudon, K. C., & Laudon, J. P. (2019). *Mengola perusahaan digital*. Jakarta: Salemba Empat edisi 13.

Lea-Greenwood, G. (2015). *Fashion Marketing Communications*. USA: Wiley.

Orinaldi, M. (2021). *Dampak Iklan Shopee Versi Shopee 12.12 Birthday Sale Di Laman Youtube Pada Minat Beli Masyarakat*. *Journal Of Economics And Business* Vol.5 No.1, 226-239.

Osak, D. J., & Pasharibu, Y. (2020). *Pengaruh Brand Ambassador Dan Tagline Terhadap Keputusan Pembelian Online Dengan Mediasi Brand Awareness*. *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana*, 357-380.

Octavia, P. D., Setyariningsih, E., & Rahayu, R. (2019). *Pengaruh Brand Awareness, Brand Image Dan Brand Ambassador Terhadap Minat Beli Konsumen Di E-Commerce Shopee (Studi Pada Konsumen E-Commerce Shopee Di Wilayah Kabupaten Mojokerto)* (Doctoral Dissertation, Universitas Islam Majapahit).

Purwaningtyas, S. A. (2020). *Pengaruh Harga, Brand Ambassador, Iklan, Kemudahan Pembelian Dan Kepercayaan Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Pada E-Commerce Shopee*. (Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bakrie).

Royan, Frans M. 2014. *Marketing Celebrities*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo

Sriyanto, A., & Kuncoro, A. W. (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, 21-34.

Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sumaa, S., Soegoto, A. S., & Samadi, R. L. (2021). *Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Iklan Media Sosial Terhadap Minat Beli Di E-Commerce Shopee* (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Sam Ratulangi Manado). *Emba*, 304-313.
- Sagia, A., dan Situmorang, S.H. (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, pp. 286-298.
- Swasta, B., & Handoko, T. H. (2015). *Manajemen Pemasaran-AAnalisis Prilaku Konsumen*. Yogyakarta: BPFE.
- Tjiptono Fandy (2020). *Strategi Pemasaran Prinsip dan Penerapan*. Penerbit Andi. Yogyakarta.

