

DAFTAR PUSTAKA

- A. N. Ardianti, and W. Widiartanto. (2019). "Pengaruh Online Customer Review dan Online Customer Rating terhadap Keputusan Pembelian melalui Marketplace Shopee. Studi pada Mahasiswa Aktif FISIP Undip." *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, vol. 8, no. 2, pp. 55-66, Apr. 2019.
- Azizah, L.N. (2022) *Pendiri Shopee Dan Kisah Perjalanan Karirnya - Gramedia, Gramedia Literasi. Shopee. Available at: <https://www.gramedia.com/literasi/pendiri-shopee>. Diakses tanggal 10 Agustus 2022.*
- Farki, A., Baihaqi, I., & Wibawa, B. M. (2016). "Pengaruh Online Customer Review dan Rating Terhadap Kepercayaan dan Minat Pembelian Pada Online Market Place di Indonesia". *Jurnal Teknik ITS* Vol. 5 No. 2. 614-619.
- Firmansyah, M. A. (2019). *Pemasaran Produk dan Merek: Planning dan Strategy*. Pasuruan: Qiara Media.
- Ghozali, Imam;. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan IBM AMOS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gustiady, H., dan Febriyantoro, M. (2019). "Pengaruh Kepercayaan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Online Melalui Situs Traveloka". *Jurnal Manajemen Update* Vol. 7 No. 4. 1-14.
- Hanifah, N., dan Wulandari, R. (2021). "The Influence of Online Customer Reviews, Ratings, and Brand Image of Millenial E-Commerce Consumers In Indonesia On Purchase Decision With Trust As Mediator". *International Journal of Economics, Business and Management Research* Vol. 5. No. 7. 166-182.
- Imani, A. N., & Martini, N. (2021). "A Brand Ambassadors for Purchasing Decision Mediheal Sheet Mask Users in Karawang". *ATM* Vol. 5. No. 2. 121-127.
- Kanitra, A., dan Kusumawati, A. (2018). "Pengaruh Country Of Origin Dan Online Consumer Review Terhadap Trust Dan Keputusan Pembelian". *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, Vol. 61. No. 1. 29-39.
- Karim, R., Tineke, W., dan Radji, D. L. (2020). "Pengaruh Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Online Di Kalangan Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Gorontalo". *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis* Vol.3. No. 2. 88-100.

- Kotler, P., dan Amstrong, G. (2012). *Dasar-Dasar Pemasaran*. Jakarta: Prenhalindo.
- Kotler, P., dan Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*. New Jearsey: Pearson Education, Inc.
- Lawu, S. H., Andriani, R., dan Febriana, R. (2021). "Dampak Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian". *Jurnal Administrasi Kantor*, 183-192.
- Lestari, I., Martin, Manullang, M., Butar-Butar, R. S., & Daulay, Z. R. (2021). "The Effect Of Brand Ambassador and Prices on The Purchase Decision Of Android Hand Phone Through Interest In Buying Consumers In Medan City". *International Journal of Science, Technology & Management* Vol. 2. No.4. 1321-1326.
- Lea Greenwood, G. (2012). *Fashion Marketing Communication* E-book. Somerset, NJ, USA: Wiley
- Mudiantono, S. (2016). "Analisis Pengaruh Brand Ambassador , Kualitas Dampaknya Terhadap Keputusan Pembelian". *Diponegoro Journal of Management* Vol. 5. No. 2. 1-12.
- Mutiah, T., Mirat, Y., Fitriyanto, Surattriadi, P., Pane, I., dan Raharjo, A. (2021). "Pengaruh Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian Scarlett Di Mahasiswa Ubsi Kelas 44.3b". *Akrab Juara* Vol. 6. No. 5. 148-158.
- Nugraheni, A.2020. *Ulasan Palsu Bayangi Konsumen E-Commerce*. Retrieved from Kompas.id: <https://www.kompas.id/baca/riset/2020/08/07/ulasan-palsu-bayangi-konsumen-e-commerce-2022>. Diakses tanggal 07 Agustus 2022.
- Nurhasanah, Mahliza, F., Nugroho, L., dan Putra, Y. M. (2020). "The Effect of E-WOM, Brand Trust, and Brand Ambassador on Purchase Decisions at Tokopedia Online Shopping Site". *International Conference on Advanced Science and Technology* Vol. 10. No.7. 1-7.
- Octavia, A. C. (2021). "Pengaruh Kepercayaan Konsumen, Kualitas Produk Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Di Flaminggo Collection". *Edunomika* Vol. 5. No. 2. 709-725.
- Pasi, L. K., dan Sudaryanto, B. (2021). "Analisis Pengaruh Online Customer Reviews Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening". *Diponegoro Journal Of Mangement* Vol. 10. No. 4. 1-12.

- Pradana, M., dan Reventiary, A. (2016). "Pengaruh Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Merek Customade (Studi di Merek Dagang Customade Indonesia)". *Jurnal Manajemen* Vol. 6. No. 1. 1-10.
- Putra, D. P., Suprihatini, L., dan Kurniawan, R. (2021). "Celebrity Endorser, Online Customer Review, Online Customer Rating Terhadap Keputusan Pembelian dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening pada Marketplace Tokopedia". *Jurnal Bahtera Inovasi* Vol. 5. No. 1. 57-65.
- Putri, L., dan Wandebori, H. (2016). "Factors Influencing Cosmetics Purchase Intention In Indonesia Based On Online Review". *International Conference on Ethics of Business, Economics, and Social Science* Vol. 8. No. 2. 255-263.
- Restu, W. F., Ramdan, A. M., Sunarya, E., & Santika, R. (2019). "Analisis Iklan Ruang Guru dan Brand Ambassador Dalam Meningkatkan Kepercayaan Konsumen Pengguna Ruang Guru". *Syntax Idea* Vol. 2. No. 9. 690-695.
- Royan, F. M. (2015). *Marketing Celebrities*. Jakarta: Elex Media Computindo.
- Sahjati, A. (2019). Pengaruh Iklan, Brand Ambassador Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Brand Awereness sebagai variabel Intervening Produk XL Di Kota Semarang. *manajemen*, 3.Vol. 8. No.3. 2337-6078
- Santoso, R., Erstiawan, M. S., & Kisworo, A. Y. (2020). "Inovasi Produk, Kreatifitas Iklan, Efektivitas Iklan, dan Brand Trust Mendorong Keputusan Pembelian". *Jurnal Nusantara Aplikasi Manajemen Bisnis* Vol. 5. No. 2. 133-145.
- Santoso, W. M. (2016). *Ilmu Sosial di Indonesia : Perkembangan dan Tantangan*. Yogyakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia.
- Simamora, H. (2016). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Gramedia.
- Sinurat, R., dan Sinurat, J. (2020). "Pengaruh Perilaku Konsumen Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Mie Instan Merek Sedap Di Desa Medan Estate". *Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis* Vol. 1. No. 7. 191-197.
- Sriyanto, A., dan 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.

- Sudjatmika, F. V. (2017). "Pengaruh Harga, Ulasan Produk, Kemudahan, Dan Keamanan Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Di Tokopedia.Com". *AGORA* Vol.5. No. 1. 1-8.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian (Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Bandung: CV Alfabeta.
- Susilawati, A. D., Hanfan, A., dan Anugrah, F. H. (2021). "Pengaruh Brand Image, Brand Ambassador, WordOf Mouth Dan Testimony In Social Media Terhadap Keputusan Pembelian (Survey Pada Toko Hijab Sulthanah Di Kota Tegal)". *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Ilmu Sosial* Vol. 6. No. 1. 33-43.
- Syafarina, D. (2021). "Pengaruh Brand Ambassador dan Iklan Media Sosial Terhadap Kepercayaan dan Loyalitas Pelanggan Lazada dimasa Pandemi Covid 19". *Dialektika*. Vol 6.1. 86-96.
- Widi, S. (2022). *Daftar e-commerce Dengan Pengunjung terbanyak per kuartal I/2022*, *Dataindonesia.id*. iPrice. Available at: <https://dataindonesia.id/digital/detail/daftar-ecommerce-dengan-pengunjung-terbanyak-per-kuartal-i2022>. Diakses tanggal 10 Oktober 2022.
- Yuliani, M., dan Suarmanayasa, I. (2021). "Pengaruh Harga Dan Online Consumer Review terhadap Keputusan Pembelian Poduk pada Marketplace Tokopedia. Prospek": *Jurnal Manajemen dan Bisnis* Vol. 3. No. 2. 146-154.
- _____. (2023). *Pedoman Penyusunan Skripsi*. Program Studi Manajemen. Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Universitas Muria Kudus