

DAFTAR PUSTAKA

- Anggraini N, Sembiring CF, Tobing EG, Tarigan L, Murniarti E. Analisis Pengambilan Keputusan Mahasiswa Dalam Memilih Program Studi S-1 Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Kristen Indonesia. *J Din Pendidik*. 2022;15(1):16-29. doi:10.51212/jdp.v15i1.124
- Andriani D. Pengaruh Brand Awareness Dan Brand Image Marketplace Deni Andriani Program Studi Manajemen. *Skripsi*. Published online 2019:51.
- Ardian R. Pengertian Iklan Advertising. *J Chem Inf Model*. 2018;53(9):8. [http://repo.darmajaya.ac.id/233/4/BAB II.pdf](http://repo.darmajaya.ac.id/233/4/BAB%20II.pdf)
- Cepat MA, Karen S, Studi SD, Pada K, Safitri D, Natalina C. Quality on the Purchase Decision of Karen ' S Diner. 2023;9816(2).
- Clarissa C, Bernarto I. The Influence of Brand Ambassador, Brand Awareness, Brand Image and Prices on Purchase Decisions on Online Marketplace. *Bus Entrep Rev*. 2022;22(2):273-288. doi:10.25105/ber.v22i2.14966
- Ghozali, I. (2018). *"Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS"* Edisi Sembilan. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Ghozali, Imam. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Haryani DS. Pengaruh Periklanan Dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Perumahan Griya Puspadari Asri Tanjungpinang. *J Dimens*. 2019;8(1):54-70. doi:10.33373/dms.v8i1.1827
- Inayati T, Efendi MJ, Dewi AS. Pengaruh Digital Marketing , Electronic Word of Mouth , dan Lifestyle terhadap Keputusan Pembelian pada Marketplace Shopee Indonesia. *J Teknol dan Manaj Ind Terap*. 2022;1(3):202-209.
- Jannah NR, Arifin A. The Influence of Price, Product Quality, and Promotion on Purchase Decisions in E-commerce Shopee with Trust as a Moderating Variable. *Indones J Innov Stud*. 2023;1(March):1-18
- Jhon M, Pandiangan A. Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Suture & Gloves Pada PT. Surgika Alkesindo Medan. *J Ekon Keuang dan Kebijak Publik*. 2019;1(2):92-102. <https://jurnal.uisu.ac.id/index.php/JEKKP/article/view/2278>
- Khotimah H, Suryadi S. Pengaruh Brand Ambassador, Brand Image, Promotion Dan Service Quality Terhadap Keputusan Pembelian (Pengguna Aplikasi E-commerce Shopee). *J Manaj Divers*. 2021;1(4):963-970. doi:10.24127/diversifikasi.v1i4.1009
- Kothler, Philip, Armstrong. 2017. Pemasaran, Edisi pertama. Salemba Empat. Jakarta.
- Kotler dan Gary Armstrong. (2016). *Dasar-dasar Pemasaran*. Jilid 1, Edisi Kesembilan. Jakarta: Erlangga. p125
- Kotler, P. (2019). *Manajemen Pemasaran*. Edisi Milenium. Jakarta: Prenhalindo.

- Kotler, Philip. 2012. *Manajemen Pemasaran* Edisi 13, Bahasa Indonesia Jilid 1 dan 3 Cetakan. Jakarta: Rajawali.
- Launtu A. the Effect of Brand Ambassadors and Brand Image on Purchasing Decisions. *Int J Multidiscip Res Lit.* 2023;2(2):250-257. doi:10.53067/ijomral.v2i2.110
- Muharam H, Setiawan R, Arip Ramdani M, Raras Pramudita T. Consumer Behavior in the Covid-19 Pandemic Era on the Purchase Decision Process at the Shopee Marketplace in Garut Regency. *KnE Soc Sci.* 2023;2023:645-655. doi:10.18502/kss.v8i12.13712
- Mutadun S, Tjahjaningsih E. Pengaruh Brand Ambassador Celebrity, Gaya Hidup dan Kepercayaan terhadap Proses Keputusan Pembelian (Studi Kasus Market Place Shopee). *Econ Digit Bus Rev.* 2022;3(2):123-131.
- Norvadewi, Sampe F, Ardianto R, Yusuf M. The Impact Of Brand Image And Price Online Product Purchase Decisions At Shopee. *Asian J Manag Entrep Soc Sci.* 2023;03(01):336-351. <http://www.ajmesc.com/index.php/ajmesc/article/view/130>
- Prasetyo panji eka, Utama A. Brand Ambassador Dan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Yang Dimediasi Oleh Citra Merek (Studi Kasus Pada Xl Axiata Di Pelajar Dan Mahasiswa Yogyakarta). *Univ negeri yogyakarta.* 2018;(3):458-466.
- Posnita Sihombing, Fenny B.N.L. Tobing, & Melinda Malau. (2022). THE INFLUENCE OF PRODUCT FEATURES, NETWORK REACH, AND PRICE, ON THE PURCHASE DECISION OF RESIDENTS' INTERNET PACKAGES IN LINTONG NIHUTA. *Fundamental Management Journal*, 7(2), 101 - 126. <https://doi.org/10.33541/fjm.v7i2.4280>
- Rahayu IT, Yulinda AT, Armelinda R, Putri QW. Pengaruh Kepercayaan dan Online Shopping Experience Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Shopee (Studi Kasus pada Mahasiswa Manajemen Universitas Muhammadiyah Bengkulu). *J-MAS (Jurnal Manaj dan Sains).* 2023;8(2):1857. doi:10.33087/jmas.v8i2.1487
- Rusni A, Marwan M. Pengaruh Iklan Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Di Krida Dinamik Auto Nusa Cabang Sumbawa. *JMB J Manaj dan Bisnis.* 2021;4(2):65-71. <https://doi.org/10.37673/jmb.v4i2>
- Salma Reza Safira, Sinaga, S., & Rutman Lumbantoruan. (2023). PENGARUH PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU FUTSAL MEREK SPECS (STUDI KASUS UKOM FUTSAL UNIVERSITAS KRISTEN INDONESIA). *Fundamental Management Journal*, 8(2), 67-89. <https://doi.org/10.33541/fjm.v8i2.5281>
- Sembiring, C. F., Priskila, E. K., & Mangani, K. S. (2016). Analisis Keputusan Pembelian di Tokopedia yang Dipengaruhi Celebrity Endorser, Brand image, kelompok Referensi dan Usia. *Fundamental Management Journal*, 1(3), 11-19. <https://doi.org/10.33541/fjm.vli03.230>

- Subagiyo S, Rahman A, Aprilliani A. Brand Ambassador, Minat Beli Pada Shopee. *J Lentera Bisnis*. 2023;12(1):56. doi:10.34127/jrlab.v12i1.669
- Sugiono. Metode Penelitian Metode Penelitian. *Metod Penelit Kualitatif*. 2015;(17):43. [http://repository.unpas.ac.id/30547/5/BAB III.pdf](http://repository.unpas.ac.id/30547/5/BAB%20III.pdf)
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta, CV.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran* : Edisi 4. Yogyakarta: ANDI.
- Tjiptono, F., & Diana, A. (2020). *Pemasaran*. Yogyakarta: Penerbit ANDI.
- Tjiptono, Fandy (2017), *Strategi Pemasaran*, Edisi 4, Yogyakarta: Andi.

