

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku

- \_\_\_\_\_ (2015). *Konsep, teknik, dan aplikasi penggunaan smart PLS 3.0*. Edisi 2. Semarang : Universitas Diponegoro.
- \_\_\_\_\_ (2017). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- \_\_\_\_\_ (2018). *Metode penelitian kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Alma, Buchari. 2011. Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. Bandung: ALFABETA.
- Barnes, J. G. 2003. Secret of Customer Relationship Management (Rahasia Manajemen Hubungan Pelanggan). Yogyakarta: Andi
- Darmawan, Deni. 2013. Metode Penelitian Kuantitatif. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Ghozali, I., & Latan, H. (2015). Partial least squares: Konsep, teknik, dan aplikasi menggunakan program smart PLS 3.0 (2nd ed.). Semarang: Universitas Diponegoro Semarang
- Hair, Joseph F.,G. Tomas M. Hult., Christian M. Ringle., and Marko Sarstedt. 2017. A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modelling (PLS-SEM). 2e Edition USA: Sage.
- Hasan, Iqbal. 2002. Metodologi Penelitiandan Aplikasinya. Jakarta. Ghalia Indonesia
- Kotler, Philip dan Armstrong, Gary. Prinsip Prinsip Pemasaran 11e. Jakarta:Penerbit Erlangga. 2008
- Kotler, Philip. dan Keller, Kevin Lane. *Marketing management 14e*. England:Pearson Education. 2012
- MacKinnon, D. P. (2008). *Introduction to Statistical Mediation Analysis*. New York: Lawrence Erlbaum Associates.
- Mowen, C., John dan Minor, M. 2002. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Erlangga.
- Schiffman dan Kanuk, (2007). Perilaku Konsumen . Edisi Kedua. Jakarta : PT. Indeks Gramedia
- Sudaryono. (2016). Manajemen pemasaran : Teori dan implementasi. Banten: ANDI.
- Sugiyono. (2010). *Metode penelitian pendidikan pendekatan kuantitatif, kualitatif dan R&D*. Bandung : Alfabeta.

### Skripsi

- Anggraeny, D. P. W. (2021). *Pengaruh Daya Tarik Iklan, E-WOM, Citra Perusahaan Dan Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Di Situs Belanja Online Tokopedia*. UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” JAWA TIMUR.
- Anjani, A. (2017). *Pengaruh Brand Image Dan Brand Trust Terhadap Brand Loyalty Lipstik Revlon*.
- Caleb, A. (2017). *Pengaruh Kepribadian Merek Tokopedia Terhadap Minat Beli*

*Konsumen*. Tangerang.

- Cahyani, A. R. (2019). *Pengaruh Brand Experience, Brand Personality Dan Brand Image Terhadap Loyalitas Pelanggan Kosmetik (Studi Pada Mahasiswi Universitas Sumatera Utara)*. Universitas Sumatera Utara, Medan
- Mawadah, E. M. (2020). *Pengaruh Brand Ambassador Dan Kesadaran Merek Terhadap Proses Keputusan Pembelian Produk Di Tokopedia Dengan Citra Merek Sebagai Intervening*. Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah.
- Sugihantoro, G. (2018). *Analisis Pengaruh Social Media Marketing Dan Brand Personality Terhadap Brand Equity Serta Dampaknya Pada Keputusan Pembelian Online*. Universitas Islam Negeri Syari Hidayatullah, Jakarta.
- Sari, S. P. (2014). *Analisis Pengaruh Foreign Branding Terhadap Perceived Product*. Universitas Diponegoro, Semarang.
- Triarja, I. (2017). *Pengaruh Kepribadian Merek, Cinta Merek dan Citra Merek Terhadap WOM “Studi Kasus Produk Merek Fashion Pada Konsumen Mahasiswa di Daerah Istimewa Yogyakarta*. Universitas Islam Indonesia.
- Mawadah, E. M. (2020). *Pengaruh Brand Ambassador Dan Kesadaran Merek Terhadap Proses Keputusan Pembelian Produk Di Tokopedia Dengan Citra Merek Sebagai Intervening*. Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah.

### **Jurnal Internasional**

- Baron, R. M., dan Kenny, A. D. (1986). *The Moderator-Mediator Variable Distinction in Social Psychological Research: Conceptual, Strategic, and Statistical Considerations*. *Journal of Personality and Social Psychology*, (Online), Vol. 51, No. 6, pp 1173-1182  
(<https://www.sesp.org/files/The%20Moderator-Baron.pdf>,
- Sung, Y., & Choi, S. M. (2015). Dimensions Of Luxury Brand Personality : Scale Development And Validation. *Psychology And Marketing*, 32(1), 121–132.  
<https://doi.org/10.1002/Mar>
- Sung, Y., & Kim, J. (2010). Effects Of Brand Personality On Brand Trust And Brand Affect. *Psychology & Marketing*, Vol., 27(July 2010), 639–661.  
<https://doi.org/10.1002/Mar>

### **Jurnal Nasional**

- Ahmad, R. F. (2021). Peran Sikap Pada Iklan Dalam Memediasi Pengaruh Brand Ambassador Terhadap Minat Beli Produk Mie Sedaap Goreng Korean Spicy Chicken. *Syntax Admiration*, 2(2), 300–315.
- Anjani, A. (2017). *Pengaruh Brand Image Dan Brand Trust Terhadap Brand Loyalty Lipstik Revlon*.

- Arenggoasih, W. (2014). Pengaruh Brand Communication, Service Quality Dan Brand Personality Anggota Dewan Terpilih Melalui Brand Trust Terhadap Brand Loyalty Pemilih (Studi Partai Politik Gerindra), 5(2), 123–135.
- Gita Medinna, I. H. (2020). Pengaruh Brand Credibility, Brand Personality, Dan Endorsement Beauty Vlogger Terhadap Purchase Intention Dengan Brand Image Sebagai Variabel Intevening (Studi Kasus Pada Konsumen Produk Make Over Bandung). *Menara Ekonomi*, Vi(1), 37–46.
- Ika, Nuruni dan Kustini. 2011. Experiental Marketing, Emotional Branding, and BrandTrust and their Effect on Loyalty on Honda Motorcycle Product. *Journal of Economics, Business, and Accountancy Ventura*, Vol. 14, No. 1, April 2011, pp.19-28.
- Keni, K., & Esmeralda, V. S. (2021). Brand Personality as a Predictor of Consumer Brand Relationship, XXV(02), 206–221.
- Mahuda, F. D., Tinggi, S., & Ekonomi, I. (2017). Pengaruh Brand Personality Dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian ( Studi Kasus Butik Meccanism ), 8(2), 151–167.
- Mardhiyah, R. S. (2021). Pengaruh Hedonic Shopping Motivation Dan Shopping Lifestyle Terhadap Impulse Buying Dengan Emosi Positif Sebagai Variabel Intervening Pada E-Commerce Shopee Fisip , UPN “ Veteran ” Jawa Timur. *Analitika Bisnis, Ekonomi, Sosial Dan Politik*, 1(1), 9–21.
- Naibaho, A., & Yuliati, A. L. (2017). Pengaruh Brand Personality Terhadap Minat Beli Produk Body Mist ( Studi Pada The Body Shop Di Trans Studio Mall Bandung ), 11(1), 25–38.
- Oktiani, A., & Khadafi, R. (2018). Pengaruh Brand Awareness Dan Brand Image Serta Word Of Mouth Terhadap Brand Trust Dan Pembentukan Brand Loyalty Pada Pelanggan C ' Bezt Friedchiken Kecamatan Genteng Banyuwangi The Effect Of Brand Awareness , Brand Image And Word Of Mouth On Brand Trust A. *Economic, Business And Accounting (Costing)*, 1(2), 269–282.
- Ratnawati, A., & Lestari, A. A. (2018). Peran Brand Trust Dalam Memediasi Brand Experience, Brand Personality Dan Brand Community Terhadap Brand Loyalty, 19(2), 185–202.
- Samatha, P. G. (2018). Pengaruh Excitement, Brand Image, Brand Love Terhadap Word Of Mouth Merek H&M Di Surabaya. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Universitas Surabaya*, 7(1), 1714–1729.
- Susilawati, W., & Wufron, W. (2017). Pengaruh Brand Image Terhadap Brand Trust Serta Implikasinya Terhadap Brand Loyalty ( Produk Dodol PT . Herlinah Cipta Pratama ). *Wacana Ekonomi*, 17(01), 024–034.

### Sumber Online

- Lidwina, Andrea. 2021. "Pengguna E-commerce Indonesia Tertinggi di Dunia", <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/06/04/penggunaan-e-commerce-indonesia-tertinggi-di-dunia> , diakses pada 23 September 2021
- Jayani, Dwi Hadya. 2021. "Jumlah Pengunjung Tokopedia Kalahkan Shopee pada Kuartal I-2021", <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/06/11/jumlah-pengunjung-tokopedia-kalahkan-shopee-pada-kuartal-i-2021> . Diakses pada 23 September 2021
- Haryanto, Agus Tri. 2020. artikel detikinet, "Riset: Ada 175,2 Juta Pengguna Internet di Indonesia" , <https://inet.detik.com/cyberlife/d-4907674/riset-ada-1752-juta-pengguna-internet-di-indonesia>. Diakses pada 24 September 2021
- Romadhon, Rian. 2021. "Tren, Biaya & Tips Mobile Aplikasi E-Commerce 2021", <https://www.softwareseni.co.id/blog/mobile-aplikasi-e-commerce-2019>. Diakses pada 24 September 2021
- Redaksi fajarpos.com. 2020. "Persaingan Toko Online Di Indonesia", <https://www.fajarpos.com/tech/internet/18/04/2020/persaingan-toko-online-di-indonesia-by-iprice/> Diakses pada 2 Oktober 2021
- Burhan, Fahmi Ahmad. 2021. "Tokopedia Salip Shopee Usai Gandeng BTS dan Blackpink",<https://katadata.co.id/desysetyowati/digital/6038949362a81/tokopedia-salip-shopee-usai-gandeng-bts-dan-blackpink>. Diakses pada 3 oktober 2021
- Situs Resmi Tokopedia, <https://www.tokopedia.com/promo/> Diakses pada 5 oktober 2021
- Situs web resmi story Tokopedia, <https://www.tokopedia.com/about/our-story/> diakses 20 Februari 2022