

DAFTAR PUSTAKA

- Abednego Stephen, Athluna Canthika, Davin Subrata, Devina Veronika (2019). Pengaruh Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Jurnal Indonesia Bussines Review* Vol.02, No. 2, 2019.
- Abdillah, W. dan Jogiyanto. (2015). *Partial Least Square (PLS) Alternatif Structural Equation Modeling (SEM)* dalam Penelitian Bisnis. Yogyakarta: Penerbit ANDI.
- Agung Milleniebun & H.H Daniel Tamburian (2021). Pengaruh Terpaan Iklan E-Commerce Blibli.com terhadap Minat Beli Konsumen. Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Tarumanagara, Jakarta.
- Apri Budianto dan Kartika N. Nugrahani. (2015) *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta : Penerbit Ombak, 2015.
- Blibli.Friends. NCT 127 Jadi Brand Ambassador Blibli! Diakses pada tanggal 17 November 2022 dari <https://www.blibli.com/friends/blog/nct-127-jadi-brand-ambassador-blibli/>
- Cnbcindonesia.com. Bukan Shopee, Ini Juara Marketplace RI di Kuartal I/2021. Diakses pada tanggal 15 November 2022, dari <https://www.cnbcindonesia.com/tech/20210421232912-37-239796/bukanshopee-ini-juara-marketplace-ri-di-kuartal-i-2021>
- Databoks.katadata.co.id. Belanja di E-Commerce, Transaksi Paling Banyak Dilakukan Anak Muda. Diakses pada tanggal 12 November 2022, dari <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/06/02/belanja-di-ecommerce-transaksi-paling-banyak-dilakukan-anak-muda>

- Destiani, G. P., & Saputri, M. E. (2020). Pengaruh *Brand Ambassador* Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Mie Sedaap *Korean Spicy Chicken* Di Bandung. *EProceedings of Management*, 7(1)
- Elvina, A., Nugroho, N., Hutabarat, F. A. M., Ivone, I., & Ciamas, E. S. (2021). Pengaruh Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembeli (Di Platform E-Commerce Shopee Dan Tokopedia). *Ekonomi, Keuangan, Investasi Dan Syariah (EKUITAS)*, 3(1), 12-16.
- Ghazali, G. (2006). *Structural Equation Modeling : Metode Alternatif dengan Partial Least Square*. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Haisyah, H. L., & Sulistyowati, R. (2020). Pengaruh brand ambassador dan iklan terhadap keputusan pembelian konsumen pada marketplace Tokopedia. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 8(3), 904-910.
- Jaya, I G. N. M. dan Sumertajaya, I M. (2008). Pemodelan Persamaan Struktural Dengan *Partial Least Square*. *Jurnal Seminar Nasional Matematika dan Pendidikan Matematika*. [Online].
- Kontan.co.id. Belanja digital generasi Z meningkat di kala pandemi, apa saja yang dibelanjakan? Diakses pada tanggal 13 Desember 2022 dari, <https://industri.kontan.co.id/news/belanja-digital-generasi-z-meningkat-dikala-pandemi-apa-saja-yang-dibelanjaka>
- Kontan.co.id. Belanja digital generasi Z meningkat di kala pandemi, apa saja yang dibelanjakan? Diakses pada tanggal 13 Desember 2022 dari,

<https://industri.kontan.co.id/news/belanja-digital-generasi-z-meningkat-dikala-pandemi-apa-saja-yang-dibelanjaka>

Kompas.com. NCT 127 Jadi Brand Ambassador Blibli, Bakal Gelar Show 24 Juli.

Diakses pada tanggal 17 November 2022 dari <https://lifestyle.kompas.com/read/2022/07/05/193520820/nct-127-jadi-brand-ambassador-blibli-bakal-gelar-show-24-juli?page=all>

Kotler, Philip and Gary Armstrong. 2003. *Dasar-dasar Pemasaran*, Jilid 1, Edisi Kesembilan. Jakarta: PT. Indeks Gramedia.

Lea-Greenwood, Gaynor. 2012. *Fashion Marketing Communications E-book*. Somerset, NJ, USA: Wiley

Monecke, A. dan Leisch, F. (2012). *The Journal of Statistical Software*. [Online].

Tersedia di : <http://www.jstatsoft.org/>.

Royan, Frans M. 2005. *Marketing Celebrities*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.

Ramadhani, A. N., & Masitoh, S. (2019). Pengaruh Daya Tarik Iklan, Brand Ambassador Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Wardah. *Jurnal Ilmiah Komunikasi (JIKOM) STIKOM IMA*, 11(03), 135-143.

Rani, E. M., & Prijati, P. (2022). PENGARUH BRAND AMBASSADOR, BRAND IMAGE DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ONLINE SHOP SHOPEE. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)*, 11(8).

Singgih, S. (2011). *Structural Equation Modeling (SEM) Konsep dan Aplikasi dengan AMOS 18*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo Kompas Graamedia.

Statistikian.com Metodologi Purposive Sampling oleh Anwar Hidayat. Diakses pada tanggal 25 Februari 2023 dari <https://www.statistikian.com/2017/06/penjelasan-teknik-purposive-sampling.html>

Tangkas, N. B. P. (2022). Pengaruh Brand Ambassador Dan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Di Shopee: Studi Pada Mahasiswa Prodi S1 Manajemen Universitas Pendidikan Ganesha

Vivi, V., Sugianto, S., San Taslim, W., Junardi, J., & Stefani, S. (2023). Analisis Pengaruh Brand Ambassador Bts Dan Kreativitas Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Tokopedia.

Wulandari, N. M. R., & Nurcahya, I. K. (2015). Pengaruh *Celebrity Endorser, Brand Image, Brand Trust* Terhadap Keputusan Pembelian *Clear Shampoo* di Kota Denpasar. Udayana University.

