

DAFTAR PUSTAKA

- Fransiscus, B., & Husda, N. (2022). *Pengaruh Brand Image, Promosi Penjualan Dan Duta Merek Terhadap Minat beli Konsumen E-Commerce Bibli Pada Masyarakat Kota Batam.*
- Ilmi, S., Pawenang, S., & Marwati, F. S. (2020). *PENGARUH CHOI SIWON SEBAGAI BRAND AMBASSADOR, BRAND IMAGE (CITRA MEREK) DAN CITA RASA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MIE KOREAN SPICY CHICKEN.*
- Lidwina, A. (2020, Mei 18). *Apa Layanan Digital yang Sering Digunakan selama Covid-19?* Dipetik Januari 2022, dari databoks.katadata.co.id: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/05/18/apa-layanan-digital-yang-sering-digunakan-selama-covid-19>
- Misri, & Sasmita, Y. (2019). *Pengaruh Brand Ambassador dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Pada Handphone OPPO (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi).*
- Paramitha, M. P. (2021). *Pengaruh Brand Ambassador, Brand Image, dan Brand Awareness Terhadap Purchase Decision MS Glow di Indonesia.*
- Perdana, R. K., & Wardhani, N. K. (2021). *KETERTARIKAN KONSUMEN TERHADAP LEE MIN HO SEBAGAI BRAND AMBASSADOR DAN CITRA MEREK LAZADA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN. Jurnal Manajemen, 56-63.*
- Pradana, D., Hudayah, S., & Rahmawati. (2017). *Pengaruh Harga Kualitas Produk dan Citra Merek Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Motor.*
- Pratiwi, H., Sinaga, K., Wulandari, S., Riyadh, M., Andriani, L., & Ginting, S. (2022). *Pengaruh Brand Image dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk MS Glow Pada Masyarakat Medan Marelan.*

- Probosini, D. A., Hidayat, N., & Yusuf, M. (2021). *Pengaruh Promosi dan Brand Ambassador terhadap Keputusan Pembelian Pengguna Market Place X dengan Brand Image sebagai Variabel Intervening*.
- Riyanto, G. P. (2021, Februari 23). *Jumlah Pengguna Internet Indonesia 2021 Tembus 202 Juta*. Dipetik Januari 2022, dari [tekno.kompas.com: https://tekno.kompas.com/read/2021/02/23/16100057/jumlah-pengguna-internet-indonesia-2021-tembus-202-juta](https://tekno.kompas.com/read/2021/02/23/16100057/jumlah-pengguna-internet-indonesia-2021-tembus-202-juta)
- Rizaty, M. (2021, November 25). *Transaksi E-Commerce Indonesia Diproyeksikan Capai Rp 403 Triliun pada 2021*. Dipetik Januari 2022, dari [databoks.katadata.co.id: https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/11/25/transaksi-e-commerce-indonesia-diproyeksikan-capai-rp-403-triliun-pada-2021](https://databoks.katadata.co.id/databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/11/25/transaksi-e-commerce-indonesia-diproyeksikan-capai-rp-403-triliun-pada-2021)
- Situmorang, M. K. (2021). *Manajemen Pengaruh Perilaku Konsumen Terhadap Penggunaan Uang Elektronik (Dompet Digital) Sebagai Alat Pembayaran Pada Masa Pandemi Covid-19 di Kota Medan*. *Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*.
- Skalanews. (2019, Februari 28). *Kemkominfo: Pertumbuhan e-Commerce Indonesia Capai 78 Persen*. Dipetik Januari 2022, dari https://kominfo.go.id/content/detail/16770/kemkominfo-pertumbuhan-e-commerce-indonesiacapai-78-persen/0/sorotan_media
- Tentang Blibli*. (t.thn.). Dipetik Januari 2022, dari <https://www.blibli.com/faq/tentang-blibli/tentang-blibli-com/>