

DAFTAR PUSTAKA

- Agustina, G. (2021). *Marketplace Tokopedia (Studi Kasus Mahasiswa Stie Stan Im Bandung)*.
- Agustina, R., Hinggo, H., & Zaki, H. (2023). Pengaruh Brand Ambassador, E-Wom, Dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Produk Erigo. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Merdeka Emba*, 2(1).
- Agustiningrum, D., & Andjarwati, A. L. (2021). Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, Dan Keamanan Terhadap Keputusan Pembelian Di Marketplace. In *Jurnal Ilmu Manajemen* (Vol. 9).
- Ahmad, M. (2014). Pengaruh Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Buana Indomobil Trada. *Jurnal Ilmu & Riset Manajemen*, 3(No.12).
- Aisyah, H., Prabawani², B., & Hadi, S. P. (2024). The Influence Of Brand Ambassador Towards Purchase Decision Through Brand Image As The Mediator At Whitelab. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 13(1), 137–146.
- Alghifari, Aruf, & Rahayu, Muji Tri. (2021). *Pengaruh Diskon, Kualitas Website, Persepsi Risiko Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Online Shop Shopee: Studi Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Purwokerto*.
- Amalia, F., & Nyoman, N. (2022). Pengaruh Kepercayaan Dan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Bukalapak Di Banyuwangi. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 4(2).
- Amalia, W., & Rivai, A. (2022). Pengaruh Brand Ambassador, Brand Image, Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Mie Instan Pada Remaja. In *Jurnal Ilmu Manajemen* (Vol. 10).
- Andayani, M. (2020). Kepuasan Pelanggan Berdasarkan Fasilitas Fisik Dan Kepercayaan Pelanggan. *Journal Of Management And Bussines (Jomb)*, 2(2), 184–195.
- Anggardini, F., & Ratnasari, S. D. (2022). The Effect Of Service Quality And Trust On Online Purchasing Decisions At Shopee. *International Journal Of Social Science And Human Research*.
- Ani, J., Lumanauw, B., & Tampenawas, J. L. A. (2021). Pengaruh Citra Merek, Promosi Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada E-Commerce Tokopedia Di Kota Manado. *663 Jurnal Emba*, 9(2), 663–674.

- Anim, A., & Putu, N. (2020). *Pengaruh Promosi Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Kembali (Studi Kasus Pada Start Up Coffee Renon Denpasar)*. 5(1).
- Annur, C. M. (2022). *Platform E-Commerce Yang Digunakan Responden Untuk Berbelanja*. Databoks Indonesia. <https://Databoks.Katadata.Co.Id/Teknologi-Telekomunikasi/Statistik/2b08c890f737a15/E-Commerce-Terpopuler-Di-Kalangan-Anak-Muda-Siapa-Juaranya>
- Anwar, Syaiful. (2021). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Motor Merek Yamaha Di Kota Bogor. *Jimkes Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*.
- Ardiyanto, F., Kusumadewi, H., Program, S., Manajemen, F., Bisnis, U., Pgri, Y., Studi, P., Akuntansi, D., Akuntansi, A., & Yogyakarta, Y. (2019). Pengintegrasian Technology Acceptance Model (Tam) Dan Kepercayaan Konsumen Pada Marketplace Online Indonesia. In *Jurnal Inspirasi Bisnis Dan Manajemen* (Vol. 3, Issue 2). [Http://Jurnal.Unswagati.Ac.Id/Index.Php/Jibm](http://Jurnal.Unswagati.Ac.Id/Index.Php/Jibm)
- Arikunto, S. (2006). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik* (Vi). Pt. Asdi Mahasatya.
- Artika, & Putra, F. (2024). *Analisis Strategi Pemasaran Terhadap Peningkatan Penjualan (Studi Kasus Pada Umkm Toko Nurhidayah Di Kabupaten Majene, Sulawesi Barat)*. 4.
- Aryanto, F., Kusdyah R, I., & Rahman, A. (2023). *Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Website, Dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Pada Generasi Milenial Kota Semarang Di E-Commerce Shopee*.
- Assauri, S. (2018). *Manajemen Pemasaran (Dasar, Konsep & Strategi)*. Pt Raja Grafindo.
- Ayu, L. T. (2022). Pengaruh Brand Ambassador Bts (Bangtan Boys) Dan E-Trust Terhadap Minat Beli. *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 4(5), 1516–1542. <https://Doi.Org/10.47467/Alkharaj.V4i5.1009>
- Ayu, & Sari, K. H. (2024). *Customer Ratings On Purchasing Decisions For Beauty Products On Tiktokshop Peran Kualitas Produk, Online Customer Review, Dan Customer Rating Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kecantikan Pada Tiktokshop*.
- Azizah, M. N., Manajemen, P., Ekonomi, F., & Bisnis, D. (2024a). *Pengaruh Kepercayaan Konsumen, Kualitas Pelayanan, Dan Celebrity Endorsement Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee*. 5, 3039.

- Azizah, M. N., Manajemen, P., Ekonomi, F., & Bisnis, D. (2024b). *Pengaruh Kepercayaan Konsumen, Kualitas Pelayanan, Dan Celebrity Endorsement Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee*. 5, 3039.
- Basuki, A. T., & Prawoto, N. (2016). *Analisis Regresi Dalam Penelitian Ekonomi & Bisnis*. Pt Raja Grafindo Persada.
- Batu, R. L., Hartelina, & Audina, N. (2023). The Influence Of Brand Ambassador And E-Service Quality On E-Commerce Purchase Decision. In *Proceedings Of The 3rd Borobudur International Symposium On Humanities And Social Science 2021 (Bis-Hss 2021)* (Pp. 692–698). Atlantis Press Sarl.
- Brestilliani, L. (2020). *Marketplace Shopee (Studi Pada Mahasiswa Stiesia) Suhermin Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (Stiesia) Surabaya*.
- Candra, A., Fadli, U., & Md. (2023). Analisis Keputusan Pembelian Produk E-Commerce Shopee Di Kalangan Mahasiswa Universitas Buana Perjuangan Karawang. *Journal Of Student Research (Jsir)*, 1(5), 113–123.
- Christina Dewi W, Apriana Anggreini Bangun, Ratna Susilowati, & Mughni Mutmainnah Iskandar A. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening. *Arbitrase: Journal Of Economics And Accounting*, 4(2), 193–203.
- Dewi, R. M. (2017). Keputusan Pembelian Konsumen. In *Journal Liquidity* (Vol. 6).
- Ernesta, M., & Riadi, R. F. (2024). Fenomena Brand Ambassador Korea Selatan Bagi Brand Image Produk Calvin Klein. *Jurnal Ilmiah Manajemen Ekonomi Dan Akuntansi*, 1(2), 87–93.
- Fadlun, A. H., Darmawan Putra, A., & Dirdaus, M. A. (2023). *The Influence Of Service Quality, Price, And Brand Ambassador On Tokopedia Onlineshop Purchase Decisions*.
- Fajrina, R. (2024). Pengaruh Online Consumer Review Terhadap Minat Beli Dan Keputusan Pembelian Pada Konsumen Tokopedia. *Journal Of Social Science Research*, 4(1), 10442–10453.
- Fazirah, E., & Susanti, A. (2022). Pengaruh Brand Ambassador, Brand Image Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Kosmetik Wardah Di Kota Surakarta. *Jurnal Ekobis Dewantara*.
- Fitriah, N. L. (2020). *Pengaruh Kualitas Produk, Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Kedai Friday Kopi Surabaya Budiyo Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (Stiesia) Surabaya*.

- Galib, M. W. Dan M. (2019). Analisis Faktor – Faktor Yang Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian Rumah Pada Perumahan Taman Dataran Indah Di Kota Makassar. *Akmen Jurnal Ilmiah*, 381–392.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program Ibm Spss 25* (9th Ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gratia, S. R. A., Ltumbel, A., & Gunawan, E. (2022). *Pengaruh Kepercayaan Dan Persepsi Resiko Terhadap Keputusan Pembelian E-Commerce Pada Tokopedia. The Effect Of Trust And Perceived Risk On E-Commerce Purchase Decisions On Tokopedia.Com In Noongan Village, Langowan Barat District* (Vol. 6, Issue 1).
- Hasbi, R., & Phadi, S. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Portobello Café Semarang (Studi Kasus Pada Konsumen Portobello Di Kota Semarang). In *Jurnal Administrasi Bisnis: Vol. X* (Issue 2).
- Helmi, S. (2014a). *Analisis Data Untuk Riset Manajemen Dan Bisnis*. Usu Press.
- Helmi, S. (2014b). *Analisis Data Untuk Riset Manajemen Dan Bisnis*. Usu Press.
- Ibrahim, A., & Irna Aviani, Y. (2024). Innovative Hubungan Self-Esteem Dengan Fear Of Missing Out Pada Pengguna Vape. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 4, 10886–10895.
- Ihsan Fairuzsyifa, A., & Sulisty Nugroho, Y. (2024). Analisis Regresi Linier Berganda Pengaruh Minat Calon Mahasiswa Di Universitas Muhammadiyah Surakarta Menggunakan Python. *Jurnal Informatika Polinema*, 10(2), 265–272.
- Izzuddin, A., & Muhsin, M. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 6(1), 72–78.
- Jothimani, U., Mathur, C. P., & Anand, B. (2023). Consumer Decision-Making In E-Commerce: A Literature Review Of Factors Influencing Online Purchases. *Journal Of Harbin Engineering University*, 44(7).
- Juliono, F., Dewi, Y., Ginting, E. S., & Hutasoit, A. H. (2022). Indonesia Accounting Research Journal The Influence Of Price, Brand Ambassador, Customer Experience And Customer Trust On Shopee User Loyalty By Using Customer Satisfaction As Intervening Variable. In *Indonesia Accounting Research Journal* (Vol. 10, Issue 01).
- Kanuk, S. Dan. (2004). *Perilaku Konsumen*. Indeks Gramedia.

- Karina, Siregar, Salim, Adriyanto, R., & Zaelani, A. (2024). Pengaruh Kepercayaan, Brand Ambassador, Kualitas Layanan Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Tokopedia Indonesia. *Journal Of Social Science Research*.
- Kasinem. (2020). Pengaruh Kepercayaan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Hotel Bukit Serelo Lahat. *Jurnal Media Wahana Ekonomika*, 17.
- Kausarani, N., & Sulaeman, E. (2023). Pengaruh Brand Ambassador Boygoup Bangtan Sonyeodan Dan Minat Beli Terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Market Place Tokopedia. *J-Mas (Jurnal Manajemen Dan Sains)*, 8(1), 572.
- Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (Global Edi).
- Kelvinia, Putra, M., & Efendi, N. (2021). Pengaruh Lokasi, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Wira Ekonomi Mikroskil : Jwem*.
- Khotimah, N., & Kusumawati, N. (2021). Determinants Of Consumer Purchase Decision In. *Advanced International Journal Of Business, Entrepreneurship And Sme's (Aijbes)*, 3(10), 24–38.
- Komarudin, M. N., Wiharno, H., Masrurroh, R., & Dwi, A. (2024). Analisis Perilaku Konsumtif Generasi Z Di. *Indonesian Journal Of Strategic Management*, 7(2).
- Kotler, & Keller. (2017). *Manajemen Pemasaran*. Pearson Education.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). *Prinsip-Prinsip Pemasaran* (13th Ed.). Airlangga.
- Kuncoro, W., & Windyasari, H. A. (2021). Consumer Purchasing Decision Improvement Model Through Brand Image, Religiosity, Brand Ambassador And Brand Awareness. *International Business Research*, 14(8), 42.
- Lailiya, N. (2020a). *Iqtishadequity Prodi SI Manajemen, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Pengaruh Brand Ambassador Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Di Tokopedia* (Vol. 2, Issue 2).
- Latif, J. F. (2018). *Pengaruh Brand Ambassador, Brand Image, Dan Lifestyle Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Merek Honda*.
- Lawi, G. F. K. (2020, September 22). Ini Alasan Tokopedia Pilih Bts Jadi Brand Ambassador. *Bisnis Style*.
- Lawu, S., Andriani, R., & Febriana, R. (2021). Dampak Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Administrasi Kantor*.
- Machali, I. (2015). *Statistik Itu Mudah: Menggunakan Spss Sebagai Alat Bantu Statistik*. Lembaga Ladang Kata.

- Maharani, Siska, & Wijayanti, Rena. (2021). Pengaruh Kepercayaan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan. *J A B Jurnal Aplikasi Bisnis*, 1.
- Maidarti, T., Azizah, M., Wibowo, E., & Nuswandari, I. (2022). Pengaruh Pelatihan Dan Motivasi Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Pada Pt. Saraka Mandiri Semesta Bogor. *Derivatif: Jurnal Manajemen*, 16(1), 127–145.
- Masrupah, S., & Nurjamad, A. (2024). Pengaruh Brand Ambassador Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Di Shopee. *Indonesian Journal Of Economic And Business (Ijeb)*.
- Midya Rani, E. (2022). *Pengaruh Brand Ambassador, Brand Image Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Online Shop Shopee*.
- Mohamed, E. T. (2024). Purchase Decision : The Role Of Product Quality , Brand Image And Brand Ambassador. *Journal Of Management And Business Insight*, 24–32.
- Naomi, I. P., & Ardhiyansyah, A. (2021). Pengaruh Brand Ambassador Terhadap Brand Image Pada E-Commerce Indonesia. *Senmabis: Conference Series*, 1(1), 38–44.
- Ngatno. (2018). *Manajemen Pemasaran*. Ef Press Digimedia.
- Novitasari, S. (2025). The Influence Of Brand Ambassadors And Brand Image On Decisions Purchases On E-Commerce Tokopedia. In *Indonesian Interdisciplinary Journal Of Sharia Economics (Iijse)* (Vol. 8, Issue 1).
- Nugraha, P. R., & Ratnasari, I. (2023). The Influence Of E-Service Quality, Convenience, And Trust On Online Purchase Decisions At Shopee Marketplace. In *Management Research And Behavior Journal* (Vol. 3, Issue 1).
- Oka, I. B., Purnama, V., & Nainggolan, D. R. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Coffee Shop “Gula Kopi.” In *Performa: Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis* (Vol. 8, Issu 3).
- Pamudyaning Rizki, S. (2016). Analisis Pengaruh Brand Ambassador, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Brand Image Serta Dampaknya Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Konsumen Face Care Garnier Di Kota Semarang). *Diponegoro Journal Of Management*, 5(2), 1–12.
- Panjaitan, R. (2018). *Manajemen Pemasaran* (S. Sukarno, Sip, Ed.).
- Prasetya, S. H. (2020). Pengaruh Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Koran Jawa Pos. *Jurnal Ilmiah Aset*, 22(2), 159–172.
- Prasetyanti, N. K., & Pradekso, T. (2022). Pengaruh Popularitas Bts Sebagai Brand Ambassador Tokopedia Dan Brand Associations Terhadap Brand Loyalty Pelanggan Tokopedia Kalangan Gen-Z. *Interaksi Online*, 10(4), 134–145.

- Purba, M., & Veranita, M. (2021). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Di Scarves And Pashmina Alisha Fancy Shop)*.
- Purnomo, A. (2017). *Analisis Statistik Ekonomi Dan Bisnis Bersama Spss*. Wade Group.
- Puspita Rani, R., & Widyasari, S. (2022). Pengaruh Brand Ambassador, Kemudahan Penggunaan Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Online. *Seiko : Journal Of Management & Business*, 5(2), 2022–2141.
- Putri, A. S. (2021). 11 Brand Berkolaborasi Dengan Bts Bisa Dibeli Di Indonesia, Yang Terbaru Cokelat. *Lifestyle*.
- Putri, D., Mardjuni, S., & Mane, A. (2023). Peran Media Sosial Dalam Membangun Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Indonesian Journal Of Business And Management*, 6(1), 117–122.
- Quazzafi, S. (2019). Consumer Buying Decision Process Toward Products. *Consumer Economics*, 2(September), 130–134.
- Ragatirta, L., & Tiningrum, E. (2020). Pengaruh Atmosphere Store, Desain Produk, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Di Rown Division Surakarta). *Jurnal Manajemen, Bisnis Dan Pendidikan*, 7.
- Rahayu, S., & Afriliana, N. (2014). *Buku Ajar Perilaku Konsumen* (Sadinan & D. Ardila, Eds.). Cv Penerbit Anugrah Jaya.
- Rahmadani, R., Rahayu Puji Suci, & Zulkifli Zulkifli. (2024). Pengaruh Brand Ambassador Dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Yang Dimoderasi Brand Image (Studi Pada Konsumen Le Minerale Di Toko Indomaret Soekarno Hatta Kota Malang). *Masman : Master Manajemen*, 2(3), 278–289.
- Rahmawati, R., Jatmiko, R. D., & Sa'diyah, C. (2022). The Effect Of Brand Ambassador, Website Quality, And E-Wom On Purchase Decision In Shopee E-Commerce. *Jurnal Maksipreneur: Manajemen, Koperasi, Dan Entrepreneurship*, 12(1), 218.
- Ratnasari, R., Hermawan, A., & Winarno, A. (2023). The Influence Of Celebrity Endorser, Brand Image And Service Quality On Purchase Decision In Tokopedia With Consumer Trust As Intervening Variables. *Journal Of Applied Business, Taxation And Economics Research*, 2(6), 619–637.
- Revangelista, M., Johny, E. T., & Danny D S Mukuan. (2021). Kepercayaan Konsumen, Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Aplikasi E-Commerce Shopee Di Kota Tondano. In *Productivity* (Vol. 2, Issue 1).

- Risnawati, Almansyah, R. W., & Niar, A. (2023). Pengaruh Kepercayaan Dan Pengetahuan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kecantikan. *Student Scientific Creativity Journal*, 1(6), 15–28.
- Rivaldo, Y., Amang, A., Sabra, & Syarifuddin. (2022). *Universitas Ibnu Sina (Uis) Influence Of Marketing Strategy, Trust, And Perception Service Quality Of Purchasing Decisions*.
- Rofik, O. M., & Lestari, S. (2024). Pengaruh Harga Kompetitif, Kualitas Produk Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pt Esa Solusi Mandiri. *Jurnal Rumpun Manajemen Dan Ekonomi*, 1(3), 327–332.
- Rosyida, S. H., & Priantilianingtiasari, R. (2023). Pengaruh Kualitas Layanan, Nilai Pelanggan Dan Letak Geografis Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Via Salon Trenggalek. *Jurnal Maneksi*, 12(3), 656–665.
- Saekoko, N., Nyoko, Antonio, & Ronald C Fanggidae. (2020). *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Dalam Pembelian Smartphone Xiaomi (Studi Kasus Pada Mahasiswa Pengguna Smartphone Xiaomi Di Universitas Nusa Cendana)* (Vol. 11, Issue 1).
- Sakitri, G. (2021). Selamat Datang Gen Z , Sang Penggerak Inovasi. *Forum Manajemen Prasetiya Mulya*, 35(2), 1–10.
- Sanaky, M. M. (2021). Analisis Faktor-Faktor Keterlambatan Pada Proyek Pembangunan Gedung Asrama Man 1 Tulehu Maluku Tengah. *Jurnal Simetrik*, 11(1), 432–439.
- Saputra, G. W., & Ardani, I. G. A. K. S. (2020). Pengaruh Digital Marketing, Word Of Mouth, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 9(7), 2596.
- Sari, M., Rachman, L., Ronaldi, D., & Sanjaya, V. (2020). Pengaruh Harga, Promosi Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Y.O.U. *Jurnal Enterpreneur Dan Bisnis (Jebi)*.
- Satria, E. (2023). Keputusan Pembelian Yang Ditinjau Dari Pengaruh Citra Merek, Persepsi Harga, Dan Kualitas Produk. *Journal Of Economic, Management, Business, And Accounting*, 4(2), 1–11.
- Sehangunaung, G. A., Mandey, S. L., & Roring, F. (2023). Analisis Pengaruh Harga, Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Aplikasi Lazada Di Kota Manado. *Jurnal Emba: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 11(3), 1–11.

- Setiawan, M. H., Komarudin, R., & Kholifah, D. N. (2022). Pengaruh Kepercayaan, Tampilan Dan Promosi Terhadap Keputusan Pemilihan Aplikasi Marketplace. *Jurnal Infortech*, 4(2), 141.
- Setyaningsih, F. (2021). *Analisis Strategi Bauran Pemasaran Terhadap Peningkatan Pelanggan Pada Lembaga Rafi Bimbel Tangerang*.
- Siahaan, M., Suherman, & Saidani, B. (2022). Pengaruh Brand Ambassador Dan Konten Iklan Terhadap Brand Image Serta Dampaknya Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Keuangan*.
- Silfiani, Yen Yen. (2017). *Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk Dan Strategi Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Amdk Java* (Vol. 10, Issue 20).
- Singarimbun, M., & Shofian, E. (1995). *Metode Penelitian Survey*. Lp3es.
- Stankevich, A. (2017). Explaining The Consumer Decision-Making Process: Critical Literature Review. *Journal Of International Business Research And Marketing*, 2(6), 7–14.
- Stanton, W. J. (2000). *Prinsip Pemasaran* (Iii). Erlangga.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*.
- Sugiyono. (2016a). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R & D*. Alfabeta Bandung.
- Sugiyono. (2016b). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R & D*. Alfabeta Bandung.
- Sugiyono. (2019). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Alfabeta.
- Suhartini, M., Khotimah, K., & Hidayat, R. (2020). *Persepsi Konsumen Dan Pengambilan Keputusan Pembelian Terhadap Produk Sehat Di Asri Organik- Sehat Tambakrejo Jombang*. 2(2).
- Supranto. (2004). *Analisis Multivariat Arti Dan Interpretasi*. Rineka Cipta.
- Tahitu, A., Tutuhaturunewa, A. R., & Fadirubun, V. M. (2024). Pengaruh Komunikasi Organisasi Terhadap Gaya Kepemimpinan Lurah Milenial Di Kota Ambon. *Jurnal Badati*, 6(1), 53–72.
- Talunohi, H., Hardilawati, W. L., Fikri, K., Luthfi, M., Melina, E., & Farhat, L. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Pada E-Commerce Shopee Di Pekanbaru. In *Jurnal Ilmiah Mahasiswa: Merdeka Emba* (Vol. 1, Issue 1).

- Tanady, E., & Fuad, M. (2020). Analisis Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Tokopedia Di Jakarta. *Jurnal Manajemen Pemasaran*.
- Tjahyadi. (2017). *Brand Trust Dalam Konteks Loyalitas Merek: Peran Karakteristik, Merek, Karakteristik Perusahaan, Dan Karakteristik Hubungan Pelanggan-Merek*.
- Tjahyadi, R. (2006). *Brand Trust Dalam Konteks Loyalitas Merek: Peran Karakteristik Merek, Karakteristik Perusahaan, Dan Karakteristik Hubungan Pelanggan-Merek*.
- Totok Subianto. (2016). Studi Tentang Perilaku Konsumen Beserta Implikasinya Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ekonomi Modernisasi*, 5(3), 298–312.
- Tri Cahyono Yuli, & Dwi Wibawani Indah. (2021). *Pengaruh Harga, Online Customer Review, Dan Online Customer Rating Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee*.
- Utami, D. I., & Hidayah, N. (2022). *Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Dan Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlett*. 1(4).
- Wahyoedi, S. (2021). *Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, Citra Merek Dan Desain Produk Terhadap Niat Beli Apartemen Di Jakarta*. 5(3), 2021.
- Wahyuni, S., Amelia, W. R., & Rafiki, A. (2023). Pengaruh Shopping Lifestyle Dan Fashion Involvement Terhadap Impulse Buying Pada Konsumen Toko Pakaian Tri Collection Di Desa Bandar Masilam, Kecamatan Bandar Masilam. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis (Jimbi)*, 4(1), 91–97.
- Wardani, S., & Permatasari, R. I. (2022). Pengaruh Pengembangan Karier Dan Disiplin Kerja Terhadap Prestasi Kerja Pegawai Negeri Sipil (Pns) Staf Umum Bagian Pergudangan Penerbangan Angkatan Darat (Penerbad) Di Tangerang. *Jurnal Ilmiah M-Progress*, 12(1), 13–25.
- Welsa, H., Dwi Cahyani, P., & Meidyansyah, F. (2022). Pengaruh Sosial Media Marketing Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli Konsumen Sebagai Variabel Intervening. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 5(3), 1026–1036.
- Widadatul Ulya. (2022). Tinjauan Hukum Perlindungan Konsumen Dan Persaingan Usaha Dalam Pemanfaatan Big Data Marketplace Di Indonesia. *Jurnal Hukum Dan Dinamika Masyarakat*.
- Zusrony, E. (2008). *Perilaku Konsumen Di Era Modern* (R. A. Kusumajaya, Ed.; 7th Ed.). Yayasan Prima Agus Tekni