

DAFTAR PUSTAKA

- Amin, A. M., Rafiqah, D., & Yanti, F. (n.d.). *INVEST: Jurnal Inovasi Bisnis dan Akuntansi The Effect Of Brand Ambassador, E-WOM, Lifestyle, Country Of Origin And Motivation On The Decision To Purchase Korean Skincare Products Nature Republic Pengaruh Brand Ambassador, E-WOM, Gaya Hidup, Country Of Origin dan Motivasi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Korea Nature Republic*. <http://journal.almatani.com/index.php/invest/index>
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM. SPSS*. Semarang: Universitas Diponegoro
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program Ibm Spss Edisi Ke - 9*. Semarang: Badan Penerbit Universitas.
- Ilaisyah, H. L., & Sulistyowati, R. (2020). PADA MARKETPLACE TOKOPEDIA. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 8. <https://www.winnetnews.com/>
- Ilmi, S., Pawenang, S., & Setya Marwati, F. (2020). Pengaruh Choi Siwon Sebagai Brand Ambassador, Brand Image (Citra Merek) Dan Cita Rasa Terhadap Keputusan Pembelian Mie Korean Spicy Chicken (Vol. 04, Issue 01).
- Johan, S., Juwita, R., & Manajemen STIE Multi Data Palembang, J. (n.d.). Pengaruh Electronic Word Of Mouth, Brand Ambassador, Iklan, Dan Kepercayaan Terhadap Minat Beli Konsumen Pada E-Commerce Shopee Indonesia Pada Saat Pandemi (Studi Kasus Di Kota Palembang).
- Khaerunnisa, S., & Ramantoko, G. (2022). Pengaruh Electronic Word Of Mouth (eWOM) Terhadap Keputusan Pembelian Masyarakat Cirebon Di Tokopedia The Effect Of Electronic Word Of Mouth (eWOM) On Purchase Decisions Of The Cirebon Community In Tokopedia. 9(5), 2857.
- Kotler Philip, & Armstrong Gray. (2013). *Prinsip - Prinsip Pemasaran* (Edisi ke-12). Penerbit Erlangga.
- Kotler, P. , & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management (15th ed., global edition.)*. Pearson Education.
- Kotler, P. dan Keller, K.L. (2018). *Manajemen Pemasaran* (P. dan K. K. Kevin Lane, Ed.; 12 Jilid 2). PT Indeks.

- Lailiya, N. (2020). IQTISHA Dequity Prodi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Pengaruh Brand Ambassador Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Di Tokopedia (Vol. 2, Issue 2). Online.
- Larasari, E., Lutfi, S. E., Mumtazah, L., Fakultas, M., Dan, E., Universitas, B., & Tirtayasa, A. (2018). Pengaruh Brand Ambassador Dan Event Sponsorship Terhadap Purchase Intention Dengan Brand Image Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Produk Smartphone Vivo pada Mahasiswa Universitas Sultan Ageng Tirtayasa): Vol. XI.
- Noviandi, A. (2021). Pengaruh E-Wom (Electronic Word Of Mouth) Terhadap Keputusan Pembelian Produk Food & Beverage Secara Online Pada Marketplace Tokopedia. In Business and Entrepreneurship Journal (BEJ) (Vol. 2, Issue 1).
- Pembelian, K., Com, D. A., Sindunata, I., & Wahyudi, B. A. (n.d.). Pengaruh E-Wom (Electronic-Word-Of-Mouth) Terhadap.
- Rahmadhani, R., & Endang Prihatini, A. (2019). Pengaruh Electronic Word Of Mouth dan Perceived Risk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Konsumen Tokopedia. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 8(1), 23–30.
- Rahmadhani, R., & Prihatini, A. E. (n.d.). Diponegoro Journal Of Social And Politic Tahun 2018, Hal. 1-6 [Http://Ejournal-S1.Undip.Ac.Id/Index.Php/](http://Ejournal-S1.Undip.Ac.Id/Index.Php/) 1 Pengaruh Electronic Word Of Mouth Dan Perceived Risk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Konsumen Tokopedia. [Http://Ejournal-S1.Undip.Ac.Id/Index.Php/](http://Ejournal-S1.Undip.Ac.Id/Index.Php/)
- Risiko, P., Pelanggan, K., Keputusan Pembelian E-Commerce Tokopedia Gusti Ngurah Satria Wijaya, D. I., Wayan Cahya Ayu Pratami, N., Nyoman Muryatini, N., Gede Dharmadi Yasa, I., & Bisnis Dan Vokasi, F. (2022). Pengaruh Electronic Word Of Mouth (E-Wom). 11(1), 190–209.
- Riduan, & Kuncoro, E. A. (2012). *Cara Menggunakan dan Memakai Path Analysis (Analisis Jalur)*. CV. Alfabeta.
- Santoso, S. (2013). *Statistika Ekonomi Plus Aplikasi Spss* (S. S, Ed.). Umpo Press.
- Santosa, S. (2015). *Penelitian Kuantitatif: Metode Dan Langkah Pengolahan Data* (S. S, Ed.). Unmuh Ponorogo Press.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R & D*. Alfabeta.

Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R & D* (Sugiyono, Ed.). Alfabeta.

Sutan Ethanova Primolassa, M., Soebiantoro, U., Studi Manajemen, P., Ekonomi dan Bisnis, F., Pembangunan Nasional, U., & Timur, J. (n.d.). Pengaruh Brand Ambassador dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian Produk melalui Aplikasi Tokopedia.

Yusiana, R., & Maulida, R. (n.d.). Pengaruh Gita Gutawa Sebagai Brand Ambassador 321' 6 Dalam Mempengaruhi Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Mahasiswi Universitas Telkom Jurusan D3 Manajemen Pemasaran).
Www.Marketing.C

<https://id.wikipedia.org/wiki/Tokopedia>

<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/05/03/5-e-commerce-dengan-pengunjung-terbanyak-kuartal-i-2023>

