

DAFTAR REFERENSI

- Achmad, N., Zhari, M. N. S., Kussudyarsana, K., & Sholahudin, M. (2021). The Influence of Brand Ambassador & Eletronic Word of Mouth (e-WOM) on Consumer Buying Interest in Lazada Marketplace With Brand Image as a Mediator. *Proceeding of The URECOL*, 7-15.
- Andini, P. N., & Lestari, M. T. (2021). Pengaruh Brand Ambassador Dan Brand Image Terhadap Minat Beli Pengguna Aplikasi Tokopedia (studi Kuantitatif Pada Pengguna Aplikasi Tokopedia Di Dki Jakarta). *eProceedings of Management*, 8(2).
- Darmanto, A., Pradiani, T., & Ruspitasari, W. D. (2021). Pengaruh Kualitas Website dan Promosi Penjualan Terhadap Minat Beli di Bukalapak. com. *Jurnal Ekonomi Manajemen dan Bisnis*, 2(1), 20-33.
- Fatahillah, S. (2019). Pengaruh Brand Ambassador, Brand Image, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Minat Beli KOnsumen Produk Eiger Adventure di Kota Makassar (*Doctoral dissertation*).
- Fransiscus, B., & Husda, N. E. (2022, January). Pengaruh Brand Image, Promosi Penjualan Dan Duta Merek Terhadap Minat beli Konsumen E-Commerce Blibli Pada Masyarakat Kota Batam. In *Prosiding Seminar Nasional Ilmu Sosial dan Teknologi (SNISTEK)* (No. 4, pp. 536-541).
- Galang, T. (2021). Pengaruh Youtube Beauty Vlogger Terhadap Minat beli konsumen dan dampaknya Terhadap keputusan Pembelian produk (Studi pada viewers Youtube Wardah channel Suhay Salim) (*Doctoral dissertation, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Jakarta*).
<https://www.cnbcindonesia.com/tech/20210922061421-37-278128/siapa-jawara-e-commerce-indonesia>
<https://www.cnbcindonesia.com/tech/20210922061421-37-278128/siapa-jawara-e-commerce-indonesia>
- Kotler, Phillip and Lane Keller, (2016), *Principles Of Marketing*. (15th Edition), New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Lista, S. O., & Jamiat, N. (2021). Pengaruh Brand Ambassador Agnez Mo Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Lazada Di Kota Bandung. *eProceedings of Management*, 8(5).
- Margahana, H. M. (2020). Analisis Pengaruh Iklan Online Terhadap Minat Beli: Studi Kasus Pengguna Aplikasi E-Commerce Di Oku Timur. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 5(2), 145-154.
- Renanda, D. O. (2016). Strategi Bauran Promosi dalam Sosialisasi Lagu Anak: Studi Kasus Album Penyanyi Cilik Naura. *Jurnal Tata Kelola Seni*, 2(1), 91-108.
- Ricko, A. N., Johan, C., & Michel, W. (2021). The Influence of Price, Product Quality and Sales Promotion on Consumer Buying Interest on Schneider Electric Products at PT. Kawi Agung Kencana. *Jurnal Mantik*, 5(2), 494-499.
- Sugiyono, P. D. (2017). *Metode penelitian bisnis: pendekatan kuantitatif, kualitatif, kombinasi, dan R&D*. Penerbit CV. Alfabeta: Bandung, 225.
- Sumaa, S., Soegoto, A. S., & Samadi, R. L. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Iklan Media Sosial Terhadap Minat Beli Di E-Commerce Shopee (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas

- Sam Ratulangi Manado). *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 9(4), 304-313.
- Tanoni, R. V. (2012). Pengaruh Iklan Terhadap Niat Beli Konsumen Melalui Citra Merek Dan Sikap Pada Minuman Isotonic Mizone Di Surabaya. *Kajian Ilmiah Mahasiswa Manajemen*, 1(6).
- Utama, A. (2020). The Influence of Advertising and Personal Selling on Buying Interest. *Almana: Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 4(2), 266-271.