

## DAFTAR PUSTAKA

- Amanda, L., Yanuar, F., & Devianto, D. (2019). Uji Validitas dan Reliabilitas Tingkat Partisipasi Politik Masyarakat Kota Padang. *Jurnal Matematika UNAND*, 8(1), 179. <https://doi.org/10.25077/jmu.8.1.179-188.2019>
- Beno, J., Silen, A. P., & Yanti, M. (2022). dampak pandemi covid 19 pada kegiatan ekspor impor (studi pada PT. pelabuhan indonesia II (persero) cabang teluk bayur). *Braz Dent J.*, 33(1), 1–12.
- Elvi, fitria. (2021). Jurnal ekonomi integra. *Jurnal Ekonomi Integra*, 11, 91–98.
- Gusdaputra, D., Afwa, A., & Anggraini, N. (2023). Pengaruh Brand Ambassador, Kepercayaan, Harga Dan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Shopee Indonesia (Studi Kasus Pada Mahasiswa Pekanbaru) the Influence of Brand Ambassador, Trust, Price and Products on Purchase Decisions At Shopee Indonesia (Case. *Jurnal Apresiasi Ekonomi*, 11(1), 167–176.
- Hartati, S., Lubis, J., & Hanum, F. (2022). The Influence of Brand Ambassador on Purchasing Decisions for Wardah Products with Brand Image As An Intervening Variable at Indomaret Sigambal. *Quantitative Economics and Management Studies*, 3(3), 435–439. <https://doi.org/10.35877/454ri.qems993>
- Hery. (2019). *manajemenn pemasaran*. PT. Gramedia.
- Kicky Camallya Arista, & Khusnul Fikriyah. (2022). Pengaruh Label Halal, Harga dan Song Joong Ki Sebagai Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlett Whitening di Kabupaten Sidoarjo. *Jurnal Ekonomi Syariah Teori Dan Terapan*, 9(4), 453–466. <https://doi.org/10.20473/vol9iss20224pp453-466>
- Lailiya, N. (2020). Pengaruh Brand Ambassador Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Di Tokopedia. *IQTISHADequity Jurnal MANAJEMEN*,

2(2), 113. <https://doi.org/10.51804/iej.v2i2.764>

Mahmud, A. (2022). Peran Brand Ambassador Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Salah Satu Marketplace Di Kota Makassar). *Ilmiah Manajemen Bisnis Dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi (JMBI UNSRAT)*, 9(2), 605–613.

Nasikah, D., & Fuadi, S. (2022). Tokopedia. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah variabel-variabel tersebut memperkuat pengaruh keputusan pembelian pada. *Jurnal Manajemen*, 16(1), 162–173.

Oktavia, E. B., Fatimah, F., & Puspitadewi, I. (2022). Pengaruh Harga, Brand Ambassador, Brand Image, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Scarlett Whitening Indonesia Di Tokopedia. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis GROWTH*, 20(2), 361–375.

Prasetya, G. S. (2022). *Pengaruh Persepsi Harga, Brand Ambassador, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Di E-Commerce Tokopedia*. 11(November), 1157–1166.

Pratama, rio arif. (n.d.). *Pengaruh iklan, brand ambassador dan harga terhadap keputusan pembelian di e-commerce tokopedia*. 1–15.

Purwadi, P., Ramadhan, P. S., & Safitri, N. (2019). Penerapan Data Mining Untuk Mengestimasi Laju Pertumbuhan Penduduk Menggunakan Metode Regresi Linier Berganda Pada BPS Deli Serdang. *Jurnal SAINTIKOM (Jurnal Sains Manajemen Informatika Dan Komputer)*, 18(1), 55. <https://doi.org/10.53513/jis.v18i1.104>

Putra, E. (2020). PENGARUH PROMOSI MELALUI SOSIAL MEDIA DAN REVIEW PRODUK PADA MARKETPLACE SHOPEE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ( Studi pada Mahasiswa STIE Pasaman ). *Jurnal Apresiasi Ekonomi*, 8(3), 467–474. <https://doi.org/10.31846/jae.v8i3.298>

- Rahmadi, H., & Malik, D. (2018). Pengaruh Kepercayaan Dan Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Pembelian E-Commerce Pada Tokopedia.Com Di Jakarta Pusat. *Reformasi Administrasi*, 3(1), 126–145. <https://doi.org/10.31334/v3i1.100>
- 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. <https://doi.org/10.30588/jmp.v12i1.1023>
- Sani, S. A., Batubara, M., Silalahi, P. R., Syahputri, R. R., & Liana, V. (2022). Pengaruh Promosi, Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Produk Scarlett Whitening. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 4(5), 1327–1342. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v4i5.931>
- Situmorang, S. B., & Herdiansyah, H. (2022). Brand Ambassadors' Influence on Brand Image and Consumer Purchasing Decisions. *Expose: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 5(1), 64. <https://doi.org/10.33021/exp.v5i1.1589>
- Sugiyono. (2017). *Metode penelitian bisnis*. Alfabeta cv.
- Yazid, K., Kusmaedi, N., & Rahely, B. (2021). The Effect Of Brand Ambassador On Bicycle Purchase Decisions. *COMPETITOR: Jurnal Pendidikan Kepelatihan Olahraga*, 13(3), 371. <https://doi.org/10.26858/cjpko.v13i3.22843>