

DAFTAR PUSTAKA

- Agustiyani. (2021). *Bos Tokopedia Ungkap Keuntungan BTS & Blackpink Jadi Brand Ambassador*. Katadata.
<https://katadata.co.id/amp/agustiyanti/digital/6145c93973df1/bos-tokopedia-ungkap-keuntungan-bts-blackpink-jadi-brand-ambassador>
- Alrasid, M. I., & Gautama, M. I. (2021). Daya Tarik BTS Sebagai Brand Ambassador Tokopedia dalam Membentuk Perilaku Mahasiswa Berbelanja Online. *Jurnal Perspektif: Jurnal Kajian Sosiologi Dan Pendidikan*, 4(4), 555–566. <https://doi.org/https://doi.org/10.24036/perspektif.v4i4.493>
- Arbar, T. F. (2019). *Jadi Brand Ambassador Tokopedia, Berapa Tarif Boyband BTS?* CNBC Indonesia.
<https://www.cnbcindonesia.com/lifestyle/20191011160025-33-106306/jadi-brand-ambassador-tokopedia-berapa-tarif-boyband-bts>
- David, F., & Salman. (2022). Pengaruh Brand Ambassador BTS terhadap Minat Beli Warga Taman Duta E-commerce Tokopedia (Survey pada Pengguna Tokopedia di Perumahan Taman Duta). *KALBISIANA: Jurnal Mahasiswa Institut Teknologi Dan Bisnis Kalbis*, 8(2), 3002–3010. <http://ojs.kalbis.ac.id/index.php/kalbisiana/article/download/1505/462>
- Fitrianto, E. M. (2020). Brand Ambassador Performance and the Effect to Consumer Decision Using VisCAP Model on Online Marketplace in Indonesia. *Sriwijaya International Journal of Dynamic Economics and Business*.
- Hendayana, Y. (2021). Pengaruh Brand Ambassador Dan Korean Wave Terhadap Minat Belanja Online Melalui Marketplace Tokopedia. *kinerja*.
- Jayani, D. H. (2019). *Potensi Pendapatan Pasar E-Commerce Indonesia dari Masa ke Masa*. Databooks.
<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/09/05/potensi-pendapatan-pasar-e-commerce-indonesia-dari-masa-ke-masa>
- Jasmalinda. (2021). Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Motor Yamaha Di Kabupaten Padang Pariaman. *Jurnal Inovasi Penelitian*.
- Kompas. (2019). *E-commerce Apa yang Pimpin Pasar Indonesia?* Kompas.Com. <https://money.kompas.com/read/2019/08/26/122218226/e-commerce-apa-yang-pimpin-pasar-indonesia>
- Lee, A. (2019). *Secara Resmi, BTS Menjadi Brand Ambassador E-Commerce Indonesia Tokopedia*. USS Feed.

- Lismawati. (2021). Pengaruh Bts Sebagai Brand Ambassador Dan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Oleh Generasi Z (Studi Kasus: Marketplace Tokopedia).
- M Target. (2021). *Ini Dia Strategi Marketing Tokopedia BTS*. MTarget Blog. <https://mtarget.co/blog/strategi-marketing-tokopedia-bts/amp/>
- Muslim, S. A. (2020). Brand Ambassador Dan Image Idol Kpop Terhadap Keputusan Pembelian. *Pengaruh Penggunaan Brand Ambassador Dan Brand Image Idol Kpop Terhadap Keputusan Pembelian*.
- Mutia Syahidah, A. R. (2021). Pengaruh Brand Ambassador (Duta Merek) Dan Brand Image (Citra Merek) Terhadap Keputusan Pembelian Pada Tokopedia. *Jurnal Aplikasi Bisnis*.
- Mutiah, T. (2021). Pengaruh Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian Scarlett Di Mahasiswa Ubsi Kelas 44.3B. *Akrab Juara*.
- Nasution, E. Y. (2020). Perkembangan Transaksi Bisnis E-Commerce terhadap Pertumbuhan Ekonomi di Indonesia. *Jesya*.
- Ngantung, C. V. (2021). *Pengaruh Penggunaan Brand Ambassador BTS Dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Produk Melalui Minat Beli Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Di Tokopedia*. Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie.
- Novianti, K. F. (2021). Pengaruh Brand Ambassador BTS KPOP Terhadap Keputusan Pembelian Pada E-Commerce Tokopedia. *Banking & Management Review*.
- Nurazhari, L., & Putri, Y. R. (2022). Pengaruh Brand Ambassador Blackpink terhadap Brand Image Tokopedia Periode. *Medium: Jurnal Ilmiah Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau*, 10(1), 166–174. [https://doi.org/doi.org/10.25299/medium.2022.vol10\(1\).9244](https://doi.org/doi.org/10.25299/medium.2022.vol10(1).9244)
- Nurhadi, M. (2021). *Berkat Brand Ambassador K-Pop, Tokopedia dan Shopee Selalu Ramai Calon Pembeli*. Suara.Com. <https://amp.suara.com/bisnis/2021/10/04/160252/berkat-brand-ambassador-k-pop-tokopedia-dan-shopee-selalu-ramai-calon-pembeli>
- Petra, U. K. (2010). LANDASAN TEORI Brand Ambassador, Citra merek (Brand Image) terhadap keputusan pembelian.
- Prasetyanti, N. K., Rakhmad, W. N., & Pradekso, T. (2022). Pengaruh Popularitas BTS Sebagai Brand Ambassador Tokopedia dan Brand Associations Terhadap Brand Loyalty Pelanggan Tokopedia Kalangan Gen-Z. *E-Journal UN DIP*, 10(4), 134–145. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/interaksi-online/article/view/36076/27750>

- Safitri, R. A., Suyatno, A., & Rini, S. (2022). Pengaruh BTS sebagai Brand Ambassador terhadap Keputusan Pembelian pada E-commerce Tokopedia. *Prosiding Seminar Nasional Hukum, Bisnis, Sains, Dan Teknologi*, 2(1), 756–765. <https://ojs.udb.ac.id/index.php/HUBISINTEK/article/view/1456>
- Sari Dewi, L. G. (2020). The Effect of Brand Ambassador, Brand Image, and Brand Awareness on Purchase Decision of Pantene Shampoo in Surabaya, Indonesia. *SHS Web of Conferences*.
- Setyani, A. H. (2021). Pengaruh Korean Wave Dan Ulasan Online Terhadap Minat Beli Produk Skin Care Korea Selatan. *Jurnal IKRA-ITH Ekonomika*.
- Siskhawati, L. (2021). The Influence of Brand Ambassador And Korean Wave on Purchase Decision For Neo Coffe Products. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*.
- Studi, P. (2019). PENGARUH POTONGAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN TOKOPEDIA (Survei pada Mahasiswa / i di Universitas Negeri Jakarta) THE INFLUENCE OF PRICE DISCOUNT ON TOKOPEDIA PURCHASE DECISION (Survey on Student of Universitas Negeri Jakarta).
- Tokopedia. (2021a). *Fakta Unik BTS ARMY, Fandom Terbesar di Dunia K-Pop*. PT Tokopedia. <https://www.tokopedia.com/blog/profil-bts-army/>
- Tokopedia. (2021b). *Tokopedia Tunjuk Dua Brand Ambassador Sekaligus: BTS dan BLACKPINK*. PT Tokopedia. <https://www.tokopedia.com/blog/2021-tokopedia-tunjuk-dua-brand-ambassador-sekaligus-bts-dan-blackpink/amp/>
- Wahidin, M. (2021). Analisis Tingkat Penerimaan Merchant ShopeePay di Karawang Menggunakan Pendekatan Technology Accetance Model (TAM). *eminar Nasional : Inovasi & Adopsi Teknologi 2021 “Implementasi Cybersecurity pada Operasional Organisasi”*.