

DAFTAR PUSTAKA

- Achru P, Andi. 2019. Pengembangan Minat Belajar Dalam Pembelajaran. *Jurnal Idaarah*, Vol.III, No. 2.
- Ahdiat, A. (2022). *10 E-Commerce dengan Pengunjung Terbanyak Kuartal II 2022*. databoks.katadata.co.id.<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/11/21/10-e-commerce-dengan-pengunjung-terbanyak-kuartal-ii-2022>
- Ciptowening, A. K., Dewi, R. S., & Ngatno, N. (2021). Pengaruh E-Service Quality Dan Keamanan Terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Marketplace Tokopedia (Studi Kasus Seller Tokopedia). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 10(1), 762-771.
- Clarissa, Carla dan Bernarto, I. (2022). The influence of brand ambassador, brand awareness, brand image, and prices on purchase decision on online marketplace. *Business and Management Review*, 22(2). <https://doi.org/https://doi.org/10.25105/ber.v22i2.14966>
- Ghozali. (2016). *Aplikasi Analisis Multiverite dengan Program IBM SPSS 23. (Edisi 8)*. Badan Penerbit Universitas Ponorogo.
- Ghozali, I. (2006). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Badan Penerbit Undip.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hariyanto, R. C., & Wijaya, A. (2022). Pengaruh Brand Ambassador, Brand Image dan Brand Awareness terhadap Purchase Decision. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 4(1), 198-205.
- Hutasuhut, S. (2020). Pengaruh brand ambassador dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian. *E-JRM: Elektronik Jurnal Riset Manajemen*.
- Kertamukti, R. (2015). *Strategi Kreatif dalam Periklanan: Konsep Pesan, Media, Branding, Anggaran*. PT RajaGrafindo Persada.
- Lailiya, N. (2020). Pengaruh Brand ambassador Dan Kepercayaan Keputusan Pembelian Di Tokopedia. *Jurnal "Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Maarif Hasyim Latif*, 2(2).
- Lidwina, A. (2021). *Penggunaan E-Commerce Indonesia Tertinggi di Dunia*. databoks.katadata.co.id.
<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/06/04/penggunaan-e-commerce-indonesia-tertinggi-di-dunia>
- Novianti, Kamila Fauzia dan Lestari, F. (2021). Pengaruh Brand Ambassador Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Pada E-Commerce Tokopedia. *Banking and Management Review*, 10(1).
- Nugroho, R. A. C. N. (2022). *Hubungan minat belajar terhadap hasil belajar siswa mengikuti pembelajaran pendidikan jasmani, olahraga dan kesehatan di madrasah tsanawiyah al-hamidiyah kabupaten malang/Rico Armansyah Cipto Nugroho* (Doctoral dissertation, Universitas Negeri Malang).

- Nurdiyantoro, B. (2010). *Penilaian Pembelajaran Bahasa*. BPFE.
- Nurhasanah, S., & Sobandi, A. (2016). Minat belajar sebagai determinan hasil belajar siswa. *Jurnal pendidikan manajemen perkantoran*, 1(1), 128-135.
- Priyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Zifatama Publishing.
- Purwaningwulan, et al. (2018). The Uniqueness of Influencer Marketing in the Indonesian Muslim Fashion Industry on Digital Marketing Communication Era. *Advances in Social Science, Education and Humanities Research*, 225, 114–115.
- Putra, M. I., Suharyono, Abdillah., Y. (2014). Pengaruh Brand Ambassador Terhadap Brand Image Serta Dampaknya Terhadap Keputusan Pembelian (Survey pada pengguna LINE di Asia). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 12(1).
- Ramadhanti, Shafira dan Usman, O. (2021). *Influence of Brand Ambassador BTS, Brand Image, and Product Quality on Tokopedia E-Commerce Purchase Decision*.
- Raymon., R. (2014). Pengaruh Visibility, Creadibility, Attraction, Dan Power Artis Sule Sebagai Brand Ambassador Iklan Kartu Prabayar As Terhadap Brand Image Kartu Prabayar AS. *Jurnal Fisip UIN Riau*.
- Romindo, Muttaqin, Saputra, D. H., Purba, D. W., M.Iswahyudi, Banjarnahor, A., & R., Simarmata, J. (2019). *E-Commerce: Implementasi, Strategi Dan Inovasinya*. Yayasan Kita Menulis.
- Rossiter, John R., & L. P. (1987). *Advertising and Promotion Management*. McGraw-Hill International Book Co.
- Setiawan & Kusriani, D. E. (2010). *Ekonometrika*. Andi.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif*. Alfabeta.
- Sujarweni., V. W. (2015). *Akuntansi Sektor Publik: Teori, Konsep, Aplikasi*. Pustaka Baru Press.
- Sujarweni, V. W. (2015). *Statistik untuk Bisnis dan Ekonomi*. Pustaka Baru Press.
- Sulistiono, S., Nurendah, Y., & Mulyana, M. (2019). Mengukur Minat Studi Siswa SMA dan SMK di Kota Bogor Pada Program Studi Kewirausahaan. *JAS-PT (Jurnal Analisis Sistem Pendidikan Tinggi Indonesia)*, 3(1), 1-12.
- Suryadi., D. (2011). *Promosi Efektif Menggugah Minat & Loyalitas Pelanggan*. PT. Suka Buku.
- Wonok, Praisya Gabriella, & Loindong, Sjendry. (2018). Pengaruh Minat Transaksional, Refrensial, Dan Prefensial Terhadap Minat Mereferensikan Produk Roxy Di Quicksilver Mantos. *Jurnal EMBA*, 6(4), 2108-2117.
- Yustiana, C., & Nuslih Jamiat. (2021). Pengaruh Brand Ambassador Terhadap Minat Beli Konsumen Shopee Segmentasi Pria Di Indonesia. (Studi pada Stray Kids sebagai Brand Ambassador). *e-Proceeding of Management*, 8(2), 1235.