



DAFTAR PUSTAKA

- Alkatiri, s. (2017). Pengaruh daya tarik iklan dan potongan harga terhadap minat beli konsumen pada matahari departement store manado town square the effect of ad attractiveness and discounts on consumer buying interest on matahari departement store manado town square. *Jurnal emba*, 5(2), 1781–1792.
- Andalas, u. (2020). *Pengaruh celebrity endorser , online advertising dan word of mouth terhadap minat beli konsumen pada e-commerce tokopedia*. 4(2), 16–31.
- Angelita paath, d. L., & sampe, s. (2019). Manajemen pelayanan publik di dinas penanaman modal dan pelayanan terpadu satu pintu kota manado. *Manajemen pelayanan publik di dinas penanaman modal dan pelayanan terpadu satu pintu kota manado*, 3(3), 1–10.
- Asiaquest. (2021). *Deretan startup unicorn indonesia 2020*. Asiaquest indonesia. <https://aqi.co.id/news/deretan-startup-unicorn-indonesia-2020>
- Ayuwinandyasari, v. (2020). *Pengaruh pemasaran media sosial, kualitas produk, dan kaesang pangarep sebagai brand ambassador terhadap niat pembelian sang pisang*. Universitas atma jaya yogyakarta.
- Burhan, f. A. (2021). *Gaet bts, tokopedia salip shopee dan dongkrak transaksi 26 kali lipat*. Kata data. <https://katadata.co.id/desyetyowati/digital/614b03d05f1ca/gaet-bts-tokopedia-salip-shopee-dan-dongkrak-transaksi-26-kali-lipat>
- Cahyowulan, s. A. P. (2018). Pengaruh brand ambassador pada minat beli produk wrangler dengan citra merek senbagai variabel intervening. *Gastrointestinal endoscopy*, 10(1), 279–288. <https://repository.usd.ac.id/31575/>
- Catriana, e. (2021). *5 e-commerce yang paling banyak dikunjungi di indonesia*. Yoga sukmana. <https://money.kompas.com/read/2021/02/24/072440626/5-e-commerce-yang-paling-banyak-dikunjungi-di-indonesia?page=all>

- Darwensy. (2020). *Mengulik kerja sama antara bts dan tokopedia, bagaimanakah impactnya?* Kompasiana. <https://www.kompasiana.com/darwensy/5f2014c9097f365b405c4af2/mengulik-kerja-sama-antara-bts-dan-tokopedia-bagaimanakah-impactnya?page=1>
- Harni, d. (2021). *Ketika e-commerce lokal gaet artis k-pop jadi brand ambassador.* Techinasiana. <https://id.techinasia.com/e-commerce-gaet-artis-k-pop-brand-ambassador>
- Hendra, d. (2018). *Jalan panjang tokopedia menjadi unicorn indonesia.* Swa. <https://swa.co.id/swa/profile/jalan-panjang-tokopedia-menjadi-unicorn-indonesia/3>
- Hendri, g. (2020). *Pengaruh pendidikan dan pelatihan kepemimpinan terhadap kinerja aparatur di lingkungan pemerintah kabupaten rokan hulu [universitas islam riau].* <http://repository.uir.ac.id/id/eprint/1709>
- Jayani, d. H. (2021). *Nilai transaksi e-commerce mencapai rp 266,3 triliun pada 2020.* Databoks. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/01/29/nilai-transaksi-e-commerce-mencapai-rp-2663-triliun-pada-2020#>
- Jayusman, I. P. (2020). *Pengaruh celebrity endorse, service quality, dan islamic branding terhadap keputusan pembelian dengan minat beli sebagai variabel intervening (studi kasus Skripsi, 63020160014.* <http://e-repository.perpus.iainsalatiga.ac.id/id/eprint/9069>
- Kaloh, o. (2021). *Analisis swot dalam orientasi pengembangan produksi dan pemasaran bahan sayuran di desa mooat.* 2(3).
- Nasri, h. (2020). *Pengaruh brand ambassador bts terhadap purchase intention yang dimediasi oleh brand awareness tokopedia di indonesia.* Vol, 8(02), 2–13.
- Niardo, r. (2020). *Indonesia jadi negara penyumbang views terbanyak pada mv 'dynamite' bts.* Kpopchart. <https://kpopchart.net/2020/08/indonesia-jadi->

negara-penyumbang-views-terbanyak-pada-mv-dynamite-bts.html

Nihayati, a. (2021). *10 negara paling banyak army bts, fans army indonesia terbanyak?* Sragenia. <https://sragenupdate.pikiran-rakyat.com/entertainment/pr-1842275881/10-negara-paling-banyak-army-bts-fans-army-indonesia-terbanyak>

Ningrum, f. A. (2021). *Antusiasme tinggi, photocard eksklusif tokopedia x bts ludes dalam sekejap.* Editor news. <https://editornews.pikiran-rakyat.com/entertainment/pr-1312431246/antusiasme-tinggi-photocard-eksklusif-tokopedia-x-bts-ludes-dalam-sekejap>

Nuraeni, m. D. ; d. K. S. ; r. (2016). Pengaruh penggunaan media iklan terhadap sikap masyarakat (analisis mengenai efektivitas penggunaan media iklan sebagai sarana sosialisasi pembangunan pt.siam cement group di desa sinar resmi, kecamatan gunung guruh, kabupaten sukabumi, jawa barat). *Jurnal ilmu gizi*, 4(2), 5–37.

Permadi, r. (2018). *Peranan brand image dalam upaya meningkatkan jumlah siswa kursus di shankara bunda music production jl. Rancagoong indah no.01 turangga bandung.* [universitas pasundan bandung]. In *kebudayaan* (issue 022). <http://repository.unpas.ac.id/40005/>

Permana, s. I. (2016). *Pengaruh kualitas produk dan brand ambassador terhadap citra merek serta dampaknya terhadap keputusan pembelian pada distro relic syndicate* draft skripsi [universitas pasundan]. <http://repository.unpas.ac.id/id/eprint/14439%0a>

Poluan, f. M. A. (2019). Strategi marketing mix dalam meningkatkan volume penjualan (studi pada minuman kesehatan instant alvero). *Jurnal emba: jurnal riset ekonomi, manajemen, bisnis dan akuntansi*, 7(3), 2969–2978. <https://doi.org/10.35794/emba.v7i3.24043>

Rachman, r. M. I. S. (2020). *Pengaruh personal branding dan citra merek terhadap keputusan pembelian (studi kasus kuantitatif bts dan album love yourself pada*

fandomnya army bandung) rezki. April, 65–79.

Ristiani, r. (2020). Pengaruh bauran promosi terhadap citra merek dan implikasinya terhadap keputusan pembelian produk lipstick sariayu [universitas pasundan bandung]. In *paper knowledge . Toward a media history of documents*. [Http://repository.unpas.ac.id/id/eprint/40139%0a](http://repository.unpas.ac.id/id/eprint/40139%0a)

Rofi'i, n. A., fatihudin, d., & mochklas, m. (2019). Pengaruh strategi bauran pemasaran terhadap peningkatan penjualan pada produk dr. Kebab bara satriya sidoarjo. *Balance: economic, business, management and accounting journal*, 16(1), 7–33. <https://doi.org/10.30651/blc.v16i1.3141>

Santosa, l. W. (2020). *Bts bakal tampil spesial di acara tokopedia 29 juli 2020*. Antara news. <https://www.antaranews.com/berita/1625898/bts-bakal-tampil-spesial-di-acara-tokopedia-29-juli-2020>

Sarah m., alifia dan wardhana, a. (2018). Pengaruh brand ambassador terhadap minat beli konsumen bandung kunafe cake. <http://www.researchgate.net/publication/328676976>, 5(december), 1.

Tokopedia. (2020). *Tokopedia x bts lagi-lagi tembus worldwide trending*. Tokopedia. <https://www.tokopedia.com/blog/tokopedia-x-bts-lagi-lagi-tembus-worldwide-trending/>

Tokopedia. (2021). *2021, tokopedia tunjuk dua brand ambassador sekaligus: bts dan blackpink*. Tokopedia. <https://www.tokopedia.com/blog/2021-tokopedia-tunjuk-dua-brand-ambassador-sekaligus-bts-dan-blackpink/>

Unisma, f. E. (2021). *Pengaruh atribut brand ambassador syahrini terhadap keputusan pembelian tora bika kopi susu (studi kasus pada santri pesantren mahasiswa al hikam malang)*. 10, 1–13.

Wardani, e. S., & santosa, a. (2020). Pengaruh hallyu, ambassador merek, dan citra merek terhadap keputusan pembelian atas produk republik natur di yogyakarta. *Jurnal apresiasi ekonomi*, 8(2), 203–211. <https://doi.org/10.31846/jae.v8i2.289>

- Wijayasari, n., & mahfudz. (2018). Pengaruh brand image , kualitas, persepsi harga dan variasi produk terhadap minat beli konsumen sarung gajah duduk di kabupaten pekalongan. *Diponegoro journal of management*, 7(2), 1–9.
[Http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr](http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr)
- Yustiana, c., & e, n. J. S. (2021). *Shopee segmentasi pria di indonesia . (studi pada stray kids sebagai brand ambassador) the influence of brand ambassadors on the buying interest of shopee male segmentation consumers in indonesia . 8(2), 1235–1243.*





