

DAFTAR PUSTAKA

Buku :

- Alma, B. (2016). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung : Alfabeta CV.
- Beatty, L. & Cochran, C., A. (2020). *Writing the Annotated Bibliography*. New York : Avenue.
- Bungin, M., B. (2009). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Jakarta : Kencana.
- Firmansyah, M., A. (2019). *Pemasaran Produk dan Merek*. Surabaya : Qiara Media.
- Hamzah, A. (2020). *Metode Penelitian Kepustakaan (Library Research)*. Malang : Literasi Nusantara.
- Kamaluddin, A. (2017). *Administrasi Bisnis*. Makassar : CV Sah Media.
- Keller, K., L. (2013). *Strategic Brand Management (4 ed)*. USA : Pearson.
- Kotler, P., & Armsrong, G. (2018). *Principles of Marketing (17 ed)*. UK : Pearson.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management (15 ed)*. England : Pearson.
- Lea-Greenwood, Gaynor. (2013). *Fashion Marketing Comuunication*. UK : Wiley.
- Malau, H. (2017). *Manajemen Pemasaran*. Bandung : Alfabeta CV.
- Manap, A. (2016). *Revolusi Manajemen Pemasaran*. Jakarta :Mitra Wacana Media.
- Nazir, M. (2011). *Metode Penelitian (Cet. 7)*. Bogor : Ghalia Indonesia.
- Pratama, A., E. (2015). *E-Commerce, E-Business, dan Mobile Commerce*. Bandung : Informatika Bandung.
- Royan, F., M. (2005). *Marketing Celebrities*. Jakarta : PT Elex Media Komputindo.
- Silalahi, U. (2013). *Studi tentang Ilmu Administrasi*. Bandung : Sinar Baru Algensindo.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta.
- Suliyanto. (2018). *Metode Penelitian Bisnis*. Yogyakarta : Andi Offset.
- Zed, M. (2008). *Metode Penelitian Kepustakaan*. Jakarta : Yayasan Obor Indonesia.

Skripsi :

Abiromo, B. (2014). *Pengaruh Tagline dan Brand Ambassador terhadap Brand Awareness Kartu Perdana Simpati*. Retrieved from Universitas Negeri Yogyakarta.

Aryanti, M. (2018). *Pengaruh Iklan Social Media Instagram dan Endorsement terhadap Brand Image D'Riam Riverside Resort Ciwidey*. Retrieved from Universitas Sangga Buana YPKP.

Jurnal :

Gita, D., & Setyorini, R. (2016). *Pengaruh Brand Ambassador terhadap Brand Image Perusahaan Online zalora.co.id* ; 3, 620-626. Retrieved from e-Proceeding of Management Universitas Telkom.

Masyita, D., A. & Yuliati, A., L. (2017). *Pengaruh Brand Ambassador terhadap Brand Image Makeup L'Oreal Paris* ; 3, 41-47. Retrieved from JRAMB UMB Yogyakarta.

Pekerti, R., D. & Herwiyanti, E. (2018). *Transaksi Jual Beli Online dalam Perspektif Syariah Madzhab Asy-Syafi'i* ; 20. Retrieved from Universitas Jenderal Soedirman.

Putra, M., I. Suharyono, & Yusri Abdillah. (2014). *Pengaruh Brand Ambassador terhadap Brand Image serta Dampaknya terhadap Keputusan Pembelian pengguna LINE*, 1-10. Retrieved from Universitas Brawijaya.

Sagala, M., H. & Mulyaningsih, H. (2017). *Pengaruh Brand Ambassador terhadap Brand Image OPPO Smartphone* ; 4, 702-709. Retrieved from e-Proceeding of Management Universitas Telkom.

Internet :

Adriennawati, B. (2019). Tokopedia Umumkan BTS Sebagai *Brand Ambassador*. Diambil dari : <https://www.tokopedia.com/blog/tokopedia-announces-bts-as-the-companys-brand-ambassador/>. (Akses : 16 April 2020).

Jayani, D., H. (2019). Tokopedia, E-Commerce dengan Nilai Transaksi Terbesar. Diambil dari : <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/10/15/2014-2023-nilai-transaksi-tokopedia-terbesar-dibandingkan--e-commerce-lainnya#>. (Akses 28 Juli 2020).

Kompas. (2020). Sederet Selebritas Korea Jadi Bintang Iklan di Indonesia, Siapa Saja? Diambil dari : <https://www.kompas.com/hype/read/2020/03/30/0995915966/sederet-selebritas-korea-jadi-bintang-iklan-di-indonesia-siapa-saja?page=all>. (Akses 16 Agustus 2020).

Lawi, G., F., K. (2020). Ini Alasan Tokopedia Pilih BTS Jadi *Brand Ambassador*. Diambil dari :

<https://lifestyle.bisnis.com/read/20200922/220/1294979/ini-alasan-tokopedia-pilih-bts-jadi-brand-ambassador#>. (Akses 8 Oktober 2020).

Safhira, V., E. (2020). Dituntut Turunkan Iklan BTS-Tokopedia, KPI : Mereka Tidak Lecehkan Kelompok Masyarakat. Diambil dari : <https://www.pikiran-rakyat.com/nasional/pr-01332646/dituntut-turunkan-iklan-bts-tokopedia-kpi-tidak-lecehkan-kelompok-masyarakat>. (Akses : 17 April 2020).

Tokopedia. (2014). Tokopedia dan Chelsea Islan : Bersama Membangun Indonesia Lebih Baik Lewat Internet. Diambil dari : <https://www.tokopedia.com/blog/tokopedia-dan-chelsea-islans-bersama-membangun-indonesia-lebih-baik-lewat-internet/>. (Akses : 15 Juni 2020).

Tokopedia. (2015). Isyana Sarasvati Bangga Jadi *Brand Ambassador* Baru Tokopedia. Diambil dari : <https://www.tokopedia.com/blog/press-release-isyana-sarasvati-bangga-jadi-brand-ambassador-baru-tokopedia/>. (Akses : 15 Juni 2020).

Tokopedia. (2019). Tokopedia Umumkan BTS sebagai *Brand Ambassador*. Diambil dari : <https://www.tokopedia.com/blog/tokopedia-announce-bts-as-the-companys-brand-ambassador/>. (Akses : 15 Juni 2020).

Wardani, A., S. (2014). Ini Alasan Chelsea Islan Dipilih Jadi Duta Tokopedia. Diambil dari : <https://wartakota.tribunnews.com/2014/11/12/ini-alasan-chelsea-islans-dipilih-jadi-duta-tokopedia#>. (Akses 8 Oktober 2020).

Wikipedia. (2020). Tokopedia. Diambil dari : <https://id.m.wikipedia.org/wiki/Tokopedia>. (Akses 1 Mei 2020).