

DAFTAR PUSTAKA

- Alecia, F. (2019). Pengaruh Idol K-Pop Seventeen Sebagai Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian The Saem. Diambil kembali dari <http://repository.bakrie.ac.id/2858/1/00%20COVER.pdf>
- Anggraini. (2021, september 14). *Mengenal Lebih Dalam Apa Itu K-POP dan Istilah Yang Sering Digunakan*. Diambil kembali dari Bernas.id: <https://www.bernas.id/81809-mengenal-lebih-dalam-apa-itu-kpop-dan-istilah-yang-sering-digunakan>.
- Faradasya, C. I., & Trianasari, Nurvita. (2021). Pengaruh Brand Ambassador K-pop Stray Kids Dan Brand Images Terhadap Keputusan Pembelian. 8 (2), hal. 865-873. (<https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id2>). diakses 25 april 2022
- Franedya, R. (2020, Agustus 14). Tokopedia Tergeser! Ini Dia Jawara e-Commerce Indonesia. (<https://www.cnbcindonesia.com/tech/20200824073330-37-181385/tokopedia-tergeser-ini-dia-jawara-e-commerce-indonesia>).
- Hendayana, Y., & Afifah, N. (2020, Desember 1). Pengaruh Brand Ambassador Dan Korean Wave Terhadap Minat Belanja Online Melalui Marketplace Tokopedia. *Kinerja Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 3. Diambil kembali dari <http://repository.stei.ac.id/>
- Indonesia, C. (2018, September 25). UNICEF Ungkap Alasan Memilih BTS Pidato di PBB. (<https://www.cnnindonesia.com/hiburan/20180925161956-234-333050/unicef-ungkap-alasan-memilih-bts-pidato-di-pbb>). diakses 2 mei 2022.
- Iprice.co.id. (2018). Peta E-Commerce Indonesia. Diambil kembali dari (<https://iprice.co.id/insights/mapofecommerce/>)
- Jana, N. M., & Harianto. (2021). Konsep Uji Validitas dan Uji Realibilitas dengan menggunakan SPSS. doi:<https://doi.org/10.31219/osf.io/v9j52>
- Junior, M. A. (t.thn.). 10 Pencapaian Luar Biasa BLACKPINK Sepanjang 2021. (A. K. Wardhani, Penyunt.) *Tribunnews*. Diambil kembali dari <https://www.tribunnews.com/seleb/2021/12/30/10-pencapaian-luar-biasa-blackpink-sepanjang-2021>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2016). *Prinsip-prinsip Pemasaran. Edisi 13. Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran Edisi 13 Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran Edisi 13 Jilid 2*. Jakarta: Erlangga.
- Lagi.com, K. (2021). Arti BTS, Nama Boy Group Asal Korea Selatan yang Mendunia. Diambil kembali dari <https://www.kapanlagi.com/korea/arti-bts-nama-grup-musik-asal-korea-selatan-yang-mendunia-11aa19.html>

- Lailiya, N. (2020). Pengaruh Brand Ambassador Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Tokopedia. 2(2), 113-126. Diambil kembali dari (<https://e-journal.umaha.ac.id/>) diakses 10 mei 2022
- Marsella, A. (2021). Rancang Bangun Sistem Informasi E-Commerce Pada Toko Istana Firdaus Palembang. Diambil kembali dari (https://repository.unsri.ac.id/44674/3/RAMA_57201_%2009031181320037_0013018204_0208047701_01_front_ref.pdf).
- Mawarni, M. V. (2021). Pengaruh Artis K-Pop (BTS) sebagai Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Tokopedia Di Kota Palembang. (http://repository.umpalembang.ac.id/id/eprint/15799/1/212017214_Bab%20I_Daftar%20Pustaka%20%282%29%20%281%29.pdf). diakses 1 mei 2022
- Muslim, S. A. (2020). Pengaruh Penggunaan Brand Ambassador dan Brand Image Idol K-pop Terhadap Keputusan Pembelian (studi kasus perusahaan E-commerce Tokopedia). hal. 1-12. Diambil kembali dari (<http://eprints.ums.ac.id/84753/3/Naskah%20Publikasi.pdf>). diakses 28 april 2022
- Nugroho. (2013). *Perilaku Konsumen Edisi Revisi* . Jakarta: PT. Konismu Putra Utama.
- Phillip, K., & Keller, K. L. (2016). *Manajemen Pemasaran edisi 12 Jilid 1&2*. Jakarta: PT. Indeks.
- Shyfa, Mourizka, N., & Pramitha, A. (2020). Pengaruh Brand Ambasadior Bts K-pop Terhadap Keputusan Pembelian Di TokoPedia. 7(2355-9357), 3616-3634. (<https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/management/article/view/13462/13293>)
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D)*. Bandung: Alfabeta.
- Wiyono, & Gendro. (2011). *3 In One Merancang Penelitian Bisnis dengan Alat Ukur SPSS 17.0 \$ Smart PLS 2,0*. Yogyakarta: Unit Penerbit dan Percetakan Stim Ykpn Yogyakarta.
- Zulfia, L. B., & Hartono. (2020). Perbandingan E-Commerce Marketplace TokoPedia Dengan Shopee. Diambil kembali dari (<http://repository.unim.ac.id/1653/>).