

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Cooper, Donald R., Pamela S.Schindler. (2017), *Metode Penelitian Bisnis*, Edisi 11, Buku 1, Jakarta: Salemba Empat.
- Firmansyah, Anang. (2019), *Pemasaran Produk dan Merek (Planning & Strategy)*, Jawa Timur: CV Penerbit Qiara Media.
- Ghozat, Imam. (2016), *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23*, Edisi 8, Semarang: Universitas Diponegoro.
- Kotler Philip., Kevin Lane Keller. (2016), *Marketing Management*, Edisi 15e, USA: Pearson.
- Sugiyono. (2017), *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, Bandung: Alfabeta.
- Umar, Husein. (2019), *Metode Riset Manajemen Perusahaan*, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.

Jurnal

- Adistama, I., Suryadi, N., & Nugroho, D. (2021). Pengaruh Citra Merek Dan Persepsi Nilai Terhadap Minat Pembelian Ulang Pada Merek Tolak Angin PT. Sido Muncul (Studi Pada Mahasiswa Universitas Brawijaya Malang). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB (2021) 9(2)*.
- Arif, M. (2019). *The Influence of Electronic Word of Mouth (Ewom), Brand Image, And Price on Re-Purchase Intention of Airline Customers. Jurnal Aplikasi Manajemen (2019) 17(2) 345-356*.
- Aulia, R. (2018). Pengaruh Gaya Hidup Dan Ekuitas Merk Terhadap Minat Pembelian Ulang Pada Starbucks Coffee Bigmall Di Kota Samarinda. *E-Journal Administrasi Bisnis (2018) 6(4) 1256-1269*.
- Fariha, A. (2019). Pengaruh *Brand Ambassador* Terhadap *Repurchase Intention* Yang Dimediasi Oleh *Brand Awareness* Shopee Indonesia (Studi Pada Pengguna Shopee Di Universitas Brawijaya). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB (2019) 7(2) 18-35*.
- Lesmana, R., & Ayu, S. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah PT Paragon Technology and Innovation. *Jurnal Pemasaran Kompetitif (2019) 2(3) 59*.
- Magdalena, P. (2015). Pengaruh *Brand Ambassador* Terhadap *International Brand Image* Serta Dampaknya Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Pengguna Smartphone Samsung). *Jurnal Administrasi Bisnis S1 Universitas Brawijaya (2015) 23(1) 85988*.



Hak cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Mungkasa, O. (2020). *Working from Home (WFH): Towards a New Order in the Era of the COVID-19 Pandemic. Jurnal Perencanaan Pembangunan: The Indonesian Journal of Development Planning (2020) 4(2) 126-150.*

Nurhayati, S. (2017). Pengaruh Citra Merek, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Samsung Di Yogyakarta. *JBMA – Vol. IV, No. 2, September 2017 ISSN : 2252-5483 (2017) IV(2) 60-69.*

Nurlela, (2021). *E-Commerce, Solusi di Tengah Pandemi COVID-19. Jurnal Simki Economic, 4(1), 47-56.*

Prabowo, H. Astuti, W., & Respati, H. (2020). *Effect of Service Quality and Brand Image on Repurchase Intention through Word of Mouth at Budget Hotels Airy Rooms. Open Journal of Business and Management (2020) 08(01) 194-207*

Purbasari, D., & Permatasari, D. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Pembelian Ulang. *Jurnal Inspirasi Bisnis dan Manajemen (2018) 2(1) 43.*

Saidani, B., Lusiana, L., & Aditya, S. (2019). Analisis Pengaruh Kualitas Website Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Membentuk Minat Pembelian Ulang Pada Pelanggan Shopee. *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (2019) 10(2) 425-444.*

Setyono, D., Widyanata, O., Siaputra, H., & Jokom, R. (2017). Analisa Pengaruh *Experiential Marketing* Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Konig Coffee & Bar. *Jurnal Hospitality dan Manajemen Jasa (2017) 5(1) 1689-1699.*

Utami, E. (2016). Peran *Brand Awareness* Sebagai Mediasi Pengaruh Iklan Televisi Dan *Brand Ambassador* Terhadap *Repurchase Intention* Produk Kecantikan Wardah (Studi Kasus Pada Mahasiswi Program Sarjana Feb Universitas Brawijaya Malang Yang Menggunakan Produk Kecantikan Wardah). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB Universitas Brawijaya (2016) 5(2).*

Yanti, F. I., Widowati PA. R., & Anwar, M. (2019). Pengaruh *Experiential Marketing* Terhadap Kepuasan Konsumen Dan Minat Beli Ulang Di Warung Kopi Klotok, Kaliurang, Yogyakarta. *Jurnal Manajemen Bisnis (2019) 10(1).*

Yunanto, R. (2020). Peran *Marketplace* Sebagai Alternatif Bisnis Di Era Teknologi Informasi. *Komputa: Jurnal Ilmiah Komputer dan Informatika (2017) 6(2) 43-48.*

Hak Cipta milik IBI Kian Gie (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Website

Pengaruh Artis K-Pop dan Influencer Menggaet Pasar E-Commerce, diakses Mei 2021, <https://katadata.co.id/ariayudhistira/analisisdata/60abaa6d421e6/pengaruh-artis-k-pop-dan-influencer-menggaet-pasar-e-commerce>

Pengaruh Penggunaan Brand Ambassador Kpop Idol, Angkanya Tidak Main Boss..., diakses Oktober 2021, <https://www.wartaekonomi.co.id/read365125/pengaruh-penggunaan-brand-ambassador-kpop-idol-angkanya-tidak-main-main-boss>

Tokopedia Geser Shopee, Ini 10 Marketplace Paling Banyak Dikunjungi, diakses September 2021, <https://www.kompas.com/tren/read/2021/09/27/120500665/tokopedia-geser-shopee-ini-10-marketplace-paling-banyak-dikunjungi>

Tokopedia Logo, diakses Mei 2022, <https://www.pinterest.com/pin/tokopedia--637822365977365778/>

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBI KIKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.