

DAFTAR PUSTAKA

- Abednego, F., Kuswoyo, C., Lu, C., & Wijaya, G. E. (2021). Analisis Pemilihan Social Media Influencer Pada Instagram Terhadap Perilaku Konsumen (Studi Kualitatif Pada Generasi Y Dan Generasi Z Di Bandung). *Jurnal Riset Bisnis*, 5(1), 57–73.
- Adrianto, R., & Kurnia. (2021). Kredibilitas Influencer dalam Membentuk Kepercayaan Konsumen terhadap Brand. *Jurnal Riset Manajemen Komunikasi*, 1(1), 54–60. <https://doi.org/10.29313/jrmk.v1i1.117>
- Army, A. P. (2013). *Wikipedia bahasa Indonesia, ensiklopedia bebas* (p. 3). <https://id.wikipedia.org/wiki/Shopee>
- Arsyad, A., Sulfemi, W. B., & Fajartriani, T. (2020). Penguatan Motivasi Shalat Dan Karakter Peserta Didik Melalui Pendekatan Pembelajaran Kontekstual Pada Mata Pelajaran Pendidikan Agama Islam. *POTENSIA: Jurnal Kependidikan Islam*, 6(2), 185. <https://doi.org/10.24014/potensia.v6i2.9662>
- Bachriansyah, R. A. (2011). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Daya Tarik Iklan, dan Persepsi Harga terhadap Minat Beli Konsumen pada Produk Ponsel Nokia (Studi Kasus pada Masyarakat di Kota Semarang). In *Faculty of Economics and Business > Department of Management* (pp. 9–65). Universitas Diponegoro. <http://eprints.undip.ac.id/27924/>
- Candraningrum, D. A. (2017). Model Bisnis Baru Di Era Media Baru. *Research Gate, March 2016*, 0–24.
- Dany'el Irawan, N., Wijono, W., & Setyawati, O. (2017). Perbaikan Missing value Menggunakan Pendekatan Korelasi Pada Metode K-Nearest Neighbor. *Jurnal Infotel*, 9(3), 305–311.
- Devina, M., Priowidodo, G., & Goenawan, F. (2021). Efektifitas Penggunaan Bangtan Sonyeondan (BTS) Sebagai Celebrity Endorser Samsung Galaxy S20+ BTS Edition pada ARMY Indonesia. *Jurnal E-Komunikasi*, 9(2), 10.
- Ditunjuk jadi Brand Ambassador Lazada Indonesia, Agnez Mo Bilang Begini - Seleb di Entertainment JPNN.com.* (n.d.). Retrieved January 3, 2022, from <https://www.jpnn.com/news/ditunjuk-jadi-brand-ambassador-lazada-indonesia-agnez-mo-bilang-begini>
- FEBRIANDY, I. (2011). *TINGKAT KESADARAN (AWARENESS) PENGGUNA JALAN PADA PESAN IKLAN BILLBOARD (Studi Pada Mahasiswa UMM Jurusan Ilmu Komunikasi Angkatan 2008 Pengguna Jalan MT. Haryono-Kampus III UMM)*. University of Muhammadiyah Malang.
- Gross Merchandise Value (GMV) - Pengertian, Jenis dan Contohnya | Kamus Tokopedia.* (n.d.). Retrieved January 6, 2022, from <https://kamus.tokopedia.com/g/gross-merchandise-value/>
- Gunawan, wahyu musa. (2017). *Apa yang dimaksud dengan Teori Lasswell's*

- Model dalam Ilmu Komunikasi?* Dictio.Id. <https://www.dictio.id/t/apa-yang-dimaksud-dengan-teori-lasswell-s-model-dalam-ilmu-komunikasi/4300/4>
- Haris. (2019). *Lazada Group - Tribunnewswiki.com. March 2012.*
<https://www.tribunnewswiki.com/2019/11/11/lazada-group#1050.6875>
- Idris, M. (2017). Pengaruh Iklan dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Mie Instan Merek Supermie pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Medan Area. *Student Papers Management.*
<http://hdl.handle.net/123456789/1886>
- Ii, B. A. B. (1994). *Kajian Pustaka. 1991*, 4–19.
- Jacob, A. A., Lopian, S. J., & Mandagie, Y. (2018). Pengaruh Daya Tarik Iklan Dan Citra Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Chitato Chips Pada Mahasiswa Feb Unsrat. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 6(2).
<https://doi.org/10.35794/emba.v6i2.20026>
- Kemampuan-Kemampuan Komputer Dasar: Mengunduh (Download) dan Mengunggah (Upload).* (n.d.). Retrieved August 30, 2022, from https://edu.gcfglobal.org/en/tr_id-basic-computer-skills/mengunduh-download-dan-mengunggah-upload/1/
- Kementerian Komunikasi dan Informatika.* (n.d.). Retrieved November 14, 2021, from https://kominfo.go.id/content/detail/3415/kominfo-pengguna-internet-di-indonesia-63-juta-orang/0/berita_satker
- Kristiono, N. (2018). Penanaman Nilai Antikorupsi Bagi Mahasiswa Fis Unnes Melalui Mata Kuliah Pendidikan Anti Korupsi. *Refleksi Edukatika: Jurnal Ilmiah Kependidikan*, 9(1).
- Lazada Group - Wikipedia bahasa Indonesia, ensiklopedia bebas.* (n.d.). Retrieved January 3, 2022, from https://id.wikipedia.org/wiki/Lazada_Group
- Ma'arif, N. (2020). *Jadi Brand Ambassador Lazada, Lee Min Ho Tampil Bareng Agnez Mo.* <https://hot.detik.com/celeb/d-5215915/jadi-brand-ambassador-lazada-lee-min-ho-tampil-bareng-agnez-mo>
- Maryuliana, M., Subroto, I. M. I., & Haviana, S. F. C. (2016). Sistem informasi angket pengukuran skala kebutuhan materi pembelajaran tambahan sebagai pendukung pengambilan keputusan di sekolah menengah atas menggunakan skala likert. *TRANSISTOR Elektro Dan Informatika*, 1(1), 1–12.
- Mohamed Belhaj, M. S., & Hidayah, T. (2015). Pengembangan Model Permainan Sepakbola Empat Gawang Dalam Pembelajaran Pendidikan Jasmani. *Jpes*, 4(2). <http://journal.unnes.ac.id/sju/index.php/jpes>
- Muchson. (2017). Metode Riset Akuntansi. *Guepedia.Com.*
- Prasetya, A. (2021). Efektivitas Komunikasi Pemasaran Iklan di Produk Cetak dan Produk Online Lembaga Pers Mahasiswa Dinamika UIN SUMUT. *Komunika*, 17(2), 31–41.

- Qurthuby, M. M. (2019). Pengaruh Strategi Pemasaran Dengan Konsep Aida (Attention, Interest, Desire, Action) Terhadap Respon Nasabah Mengambang Pada Bank Syariah (Studi Pada Bank Syariah Di Wilayah Cibadak-Sukabumi). *Equilibrium: Jurnal Ekonomi Syariah*, 7(1), 17.
<https://doi.org/10.21043/equilibrium.v7i1.4682>
- Ridha, N. (2017). Proses penelitian, masalah, variabel dan paradigma penelitian. *Hikmah*, 14(1), 62–70.
- Romahdoni, M. R., & Winardi, W. (2021). PENERAPAN METODE PIECES DALAM MENINGKATKAN KEPUASAN CUSTOMER TERHADAP SISTEM INFORMASI PENJUALAN. *SEAT: Journal Of Software Engineering and Technology*, 1(1).
- Romli, K. (2016). *Komunikasi massa*. Gramedia Widiasarana Indonesia.
- Rosarianto, P. O., & Setyabudi, D. (2020). Hubungan Antara Iklan Shopee di Televisi dan Daya Tarik Brand Ambassador Shopee Terhadap Minat Unduh Aplikasi Shopee. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 9(1), 295–301.
- Septani, D., & Vanel, Z. (2021). Strategi Promosi lazada . co . id dalam Menarik Minat Belanja Online Mahasiswa Public Relations Universitas Kristen Satya Wacana. *Jurnal Impresi*, 1(2), 125–145.
[https://jurnal.uns.ac.id/impresi/article/view/Dian Septiani% 3B Zon Vanel](https://jurnal.uns.ac.id/impresi/article/view/Dian%20Septiani%3B%20Zon%20Vanel)
- Setiawaty, N. (2017). Pengaruh Iklan, Citra Merek, Dan Kepercayaan Merek Terhadap Minat Beli Konsumen Smartphone Samsung Galaxy Series (Studi Kasus Mahasiswa/I Universitas Gunadarma, Depok). *Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis*, 22(1), 96601.
- Shimp, T. (2009). *Integrated Marketing Communications in Advertising and Promotion, International Edition*. South-Western/Cengage Learning.
http://www.amazon.co.uk/Integrated-Marketing-Communications-Advertising-International/dp/0324665318/ref=sr_1_5?s=books&ie=UTF8&qid=1412599105&sr=1-5&keywords=advertising+and+promotion
- Stephanie, E., Rumambi, L. J., & Kunto, Y. S. (2013). Analisa Pengaruh Rio Dewanto Dan Donita Sebagai Celebrity Endorser Terhadap Minat Beli Produk Axe Anarchy Dengan Daya Tarik Iklan Dan Efek Iklan Sebagai Variabel Intervening. *Manajemen Pemasaran*, 1(2), 1–9.
<http://publication.petra.ac.id/index.php/manajemen-pemasaran/article/view/1044>
- Sugiyono, D. (2013). *Metode penelitian pendidikan pendekatan kuantitatif, kualitatif dan R&D*.
- Suharyat, Y. (2012). Hubungan antara sikap, minat, dan perilaku manusia. *Jurnal FKIP: REGION*, 1(3), 1–19.
- Tokopedia - Wikipedia. (n.d.). Retrieved December 21, 2021, from <https://en.wikipedia.org/wiki/Tokopedia>

- Ul'fah Hernaeny, M. P. (2021). POPULASI DAN SAMPEL. *Pengantar Statistika 1*, 33.
- Yunarto, A. A. (2015). Efektifitas Terpaan Iklan Aplikasi Instant Messenger Line Di Televisi Dan Faktor Demografis Terhadap Minat Mengunduh. *Interaksi Online*, 4(13), 13.
- Yusup, F. (2018). Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian Kuantitatif. *Jurnal Tarbiyah : Jurnal Ilmiah Kependidikan*, 7(1).
<https://doi.org/10.18592/tarbiyah.v7i1.2100>
- Zufaldi, M., Evanita, S., & Septrizola, W. (2019). Pengaruh Daya Tarik Iklan, Harga dan Electronic Word of Mouth (eWOM) Terhadap Minat Pengguna Jasa Transportasi Online Grab di Kota Padang. *Jurnal Kajian Manajemen Dan Wirausaha*, 01(01), 2019.

Artikel:

- Army, A. P. (2013). *Wikipedia bahasa Indonesia, ensiklopedia bebas* (p. 3).
<https://id.wikipedia.org/wiki/Shopee>
- Ditunjuk jadi Brand ambassador Lazada Indonesia, Agnez Mo Bilang Begini - Seleb di Entertainment JPNN.com.* (n.d.). Retrieved January 3, 2022, from <https://www.jpnn.com/news/ditunjuk-jadi-brand-ambassador-lazada-indonesia-agnez-mo-bilang-begini>
- Gross Merchandise Value (GMV) - Pengertian, Jenis dan Contohnya | Kamus Tokopedia.* (n.d.). Retrieved January 6, 2022, from <https://kamus.tokopedia.com/g/gross-merchandise-value/>
- Kementerian Komunikasi dan Informatika.* (n.d.). Retrieved November 14, 2021, from https://kominfo.go.id/content/detail/3415/kominfo-pengguna-internet-di-indonesia-63-juta-orang/0/berita_satker
- Lazada Group - Wikipedia bahasa Indonesia, ensiklopedia bebas.* (n.d.). Retrieved January 3, 2022, from https://id.wikipedia.org/wiki/Lazada_Group
- Tokopedia - Wikipedia.* (n.d.). Retrieved December 21, 2021, from <https://en.wikipedia.org/wiki/Tokopedia>