

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, B. (2016). *Manajemen Pemasaran Dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Amin, A. M., & Yanti, F. (2021). Pengaruh Brand Ambassador, E-WOM, Gaya Hidup, Country Of Origin dan Motivasi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Korea Nature Republic. *INVEST : Jurnal Inovasi Bisnis Dan Akuntansi*, 2(1), 1–14.
- Amstrong & Kotler. (2015). *Marketing an Introducing Prentice Hall twelfth edition*. England: Pearson Education, Inc.
- Andrea, B., Gabriella, H.-C., & Tímea, J. (2016). Journal of Competitiveness 0 Y and Z Generations at Workplaces. <https://doi.org/10.7441/joc.2016.03.06>
- Ardy, D. A. P. (2013). Pengaruh Gaya Hidup, Fitur, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Blackberry Curve 9300. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 1(1), 223-233.
- Ernestivita, G. (2016). Analisis Pengaruh Place, Promotion, Dan People Terhadap Keputusan Konsumen Melakukan Pembelian Produk Pasar Modal Dengan Menggunakan Jasa Equity Brokerage Di Pt Sucoriners Central Gani Cabang Kediri. *Jurnal Nusamba Vol.1 No.2, 01 No. 02*. <https://doi.org/10.29407/nusamba.v1i2.455>
- Fahrudin, M. F., & Yulianti, E. (2015). layanan terhadap keputusan pembelian nasabah Bank Mandiri Surabaya. *Pengaruh Promosi, Lokasi, Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Nasabah Bank Mandiri Surabaya*, 5(1), 1–14. <https://doi.org/10.14414/jbb.v5i1.385>
- Ferdinand, A. (2014). *Metode Penelitian Manajemen Pedoman Penelitian Untuk Penulisan Skripsi Tesis dan Disertasi Ilmu Manajemen* (5th ed.). semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS*. semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gita, D., & Setyorini, R. (2016). Pengaruh Brand Ambassador Terhadap Brand Image Pada Perusahaan Online Zalora.co.id. *EProceedings of Management*, 3(1). Retrieved from <https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/management/article/view/3097>
- Greenwood, G. L. (2012). *Fashion Marketing Communications*. USA: Wiley.
- Hamidah, S., & Anita, D. (2014). Analisis Persepsi Citra Merek, Desain, Fitur Dan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Produk Handphone Samsung Berbasis Android (Studi Kasus Stie Pelita Indonesia). *Jurnal Ekonomi*, 21(04). Retrieved from <https://je.ejournal.unri.ac.id/index.php/JE/article/view/2043>
- Hermawan, A. (2012). *Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P. (2009). *Manajemen Pemasarn*. Jakarta: indeks.

- Kotler, P. (2012). *Prinsip-prinsip Pemasaran. Alih Bahasa: A.B. Susanto. Jilid 1 dan 2.* Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). *Prinsip – Prinsip Pemasaran. Edisi 12, Jilid 1.*
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). *Principles of Marketing.* New Jersey: Prentice Hall.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Prinsip-Prinsip Pemasaran.* Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Manajemen Pemasaran.* Jakarta: Erlangga.
- Laheba, Y. A., Tumbuan, W., & Soepeno, D. (2015). Pengaruh Citra Merek, Fitur, dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Handphone Samsung. *Jurnal EMBA*, 3(3), 99–108.
- Perdana, R. K., & Wardhani, N. I. K. (2021). Ketertarikan Konsumen Terhadap Lee Min Ho Sebagai Brand Ambassador Dan Citra Merek Lazada Terhadap Keputusan Pembelian. *Maker: Jurnal Manajemen*, 7(1), 56–63. Retrieved from <https://maker.ac.id/index.php/maker/article/view/278>
- Rini, E. S., & Astuti, D. W. (2012). Pengaruh Agnes Monica Sebagai Celebrity Endorser Terhadap Pembentukan Brand Image Honda Vario. *BismaJurnal Bisnis Dan Manajemen Jauari* 2012, Vol. 6, No, 1–12. Retrieved from <https://jurnal.unej.ac.id/index.php/BISMA/article/view/45/23>
- Shabrina, G. Y., & Dwijayanti, R. (2021). Pengaruh Fitur Layanan dan Promosi Penjualan terhadap Keputusan Pembelian Makanan dan Minuman pada Pengguna OVO. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 9(2), 1258–1264.
- Solihin, D. (2020). Pengaruh Kepercayaan Pelanggan Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Online Shop Mikaylaku Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening. Retrieved January 9, 2022, from <http://jurnalmandiri.com/index.php/mandiri/article/view/99/78>
- Sterie, W. G., Massie, J. D. D., & Djurwati, S. (2019). Pengaruh Brand Ambassador Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pt. Telesindo Shop Sebagai Distributor Utama Telkomsel Di Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 7(3), 3139–3148. Retrieved from <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/24200>
- Sterie, W. G., Massie, J. D. D., & Soepono, D. (2019). Pengaruh Brand Ambassador Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pt. Telesindo Shop Sebagai Distributor Utama Telkomsel Di Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 7(3). <https://doi.org/10.35794/emba.v7i3.24200>
- Sugiyono. (2014). *Metode penelitian kuantitatif kualitatif dan R D.* Jakarta: Alfabeta.
- Sujerweni, V. W. (2014). *Metode Penelitian: Lengkap, Praktis, dan Mudah Dipahami.* Yogyakarta: pustaka baru press.

- Supriyanto, A. S., & Vivin, M. (2013). *Metodologi Penelitian Manajemen Sumber Daya Manusia* (Edisi Regu). Malang: UIN Press.
- Sutriani, N. K. M., Suartina, I. W., & Premayani, N. W. W. (2021). Pengaruh Citra Merek, Desain Produk Dan Fitur Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda. Retrieved January 14, 2022, from <https://ejournal.unhi.ac.id/index.php/widyaamrita/article/view/1437/977>
- Swastha, B. (2000). *Manajemen Pemasaran Modern*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Tjiptono, F. (2001). *Manajemen Pemasaran Dan Analisa Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: BPFE.
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran. Edisi 4* (4th ed.). Yogyakarta: Andi.
- Yusiana, R., & Maulida, R. (2016). Pengaruh Gita Gutawa Sebagai Brand Ambassador Pond'S Dalam Mempengaruhi Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Mahasiswi Universitas Telkom Jurusan D3 Manajemen Pemasaran). *Jurnal Sosioteknologi*, 15(1), 233–240. Retrieved from www.marketing.co.id

