

DAFTAR PUSTAKA

- Agnes Dwita Susilawati, Ahmad Hanfan, & Fetalia Haryanti Anugrah. (2021). Pengaruh Brand Image, Brand Ambassador, Word Of Mouth dan Testimony In Social Media terhadap Keputusan Pembelian Hijab Sulthanah di Kota Tegal. *DIALEKTIKA : Jurnal Ekonomi Dan Ilmu Sosial*, 6(1), 35–43. <https://doi.org/10.36636/dialektika.v6i1.470>
- Assauri, S. (2010). *Manajemen Pemasaran : Dasar, Konsep, dan Strategi. Edisi 1*. Jakarta : Rajawali Pers.
- Budi, F. S., & Khuzaini. (2019). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Brand Ambassador terhadap Keputusan Pembelian Produk Eiger (Pada Mahasiswa STIESIA Surabaya). *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 8(9), 1–15. <http://repository.stiesia.ac.id/id/eprint/2339>
- Darojat.T.A. (2020). *Effect Of Product Quality, Brand Image And Life Style Againts Buying Decision*.
- Daryanto. (2011). *Manajemen Pemasaran*. Bandung: PT sarana Tutorial Nurani Sejahtera.
- Devi Gita, R. S. (2016). *Pengaruh Brand Ambassador Terhadap Brand Image Pada Perusahaan Online Zalora.co.id*. 30(2), 620–626.
- Doucett, E. (2008). *Creating Your Library Brand Diterjemahkan oleh Soenarto*. Chicago: The American Library Association.
- Fajrin, N., Arifin, R., & Hufron.M. (2016). *Pengaruh Price, Brand Equity, Brand Ambassador, Positioning Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Produk Green Light*. 82–94.
- Firmansyah, M. A. (2019). *Pemasaran Produk Dan Merek (Planning Dan Strategi)*. Pasuruan : Qiara Media.
- Ghozali. (2006). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS* (Edisi ke 4). Semarang :Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang :Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 2*. Universitas Diponegoro Semarang.
- Ghozali, I. (2009). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang : UNDIP.
- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2014). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Badan Penerbit UNDIP, Semarang.
- Herlambang, S. (2014). *Basic Marketing (Dasar Dasar Pemasaran*. Yogyakarta, Gosyen Publishing.
- Keller. (2013). *Strategic Brand Management : Building, Measuring And Managing Brand Equity 4th Edition*. England: Person Education Limited.
- Khotimah, H., & Suryadi. (2021). Pengaruh Brand Ambassador, Brand Image, Promotion Dan Service Quality Terhadap Keputusan Pembelian (Pengguna Aplikasi E-commerce Shopee). *Jurnal Manajemen Diversifikais*, 1(4), 963–970.
- Kotler, Philip, K. L. K. (2009). *Manajemen Pemasaran* (Edisi 13). Jilid 1. Jakarta : Erlangga.

- Kotler. (2009). *Perilaku Konsumen*. Bumi Aksara, Jakarta.
- Kotler. (2011). *Manajemen Pemasaran Di Indonesia : Analisis, Perencanaan, Implementasi, dan Pengendalian*. Jakarta : Salemba Empat.
- Kotler & Amstrong. (2012). *Prinsip Prinsip Pemasaran* (Edisi 13). Erlangga, Jakarta.
- Kotler & Amstrong. (2014). *Manajemen Pemasaran Analisis, Perencanaan, Proses Keputusan Pembelian*.
- Kotler & Amstrong. (2015). *Marketing An Introducing Pretiece Hall 12th Edition*. England: Pearson Education, Inc. England.
- Kotler & Keller. (2009). *Prinsip Prinsip Pemasaran*. Yogyakarta : Erlangga.
- Kotler & Keller. (2012). *Marketing Management, Edisi 14*. New Jersey : Prentice Hall Published.
- Kotler dan Amstrong. (2009). *Prinsip-Prinsip Pemasaran. Jilid Pertama*. (Edisi 8). Erlangga, Jakarta.
- Kotler dan Amstrong. (2011). *Manajemen Pemasaran* (edisi ke 1). Jilid 1 dan 2. Erlangga, Jakarta.
- Kotler dan Keller. (2016a). *Manajemen Pemasaran Edisi 12 Jilid 1 & 2*. Jakarta :PT. Indeks.
- Kotler dan Keller. (2016b). *Marketing Management 5th Edition*. Pearson Education, Inc.
- Kotler, P. (2003). *Manajemen Pemasaran. Edisi Kesebelas*. Jakarta : Indeks Kelompok Gramedia.
- Kotler, P. (2005a). *Manajemen Pemasaran. Jilid 1 dan 2*. Jakarta : PT Indeks Kelompok Gramedia.
- Kotler, P. (2005b). *Manajemen Pemasaran* (Edisi 11). PT Indeks Kelompok Gramedia : Jakarta.
- Kotler Philip & Keller. (2008). *Manajemen Pemasaran. Edisi Ketigabelas. Jilid 1*. Jakarta : Erlangga.
- Kotler Philip & Keller. (2013). *Manajemen Pemasaran, Jilid Kedua*. Jakarta : Erlangga.
- Kotler Philip dan Keller Kevin Lane. (2009). *Manajemen Pemasaran Edisi 13 Jilid 1*. Jakarta, Penerbit Erlangga.
- Kotler Philip, K. (2012). *Strategi Pemasaran* (Edisi 13). Jakarta, Penerbit Erlangga.
- Kuncoro, M. (2009). *Metode Riset Untuk Bisnis dan Ekonomi*. Jakarta : Erlangga.
- Lea-Greenwood, G. (2012). *Fashion Marketing Communication*. USA : Wiley.
- Liya, I., Budiono, H., & Sanjaya, V. F. (2021). Pengaruh Hallyu Wave, Brand Ambassador, Brand Image Dan Wom Terhadap Keputusan Pembelian Pada. *REVENUE: Jurnal Manajemen Bisnis Islam*, 2(1), 11–26.
- Lupiyoadi Adi. Rambat dan A. Hamdani. (2011). *Manajemen Pemasaran Jasa* (Edisi 2). Salemba Empat. Jakarta.
- Malhotra. (2010). *Marketing Research*. Amerika Serikat : Prentice Hall, Inc : 6 th Edition.
- Nasution, Siti Lam'ah, Christine Herawati Limbong, and D. A. R. (2018). Pengaruh kualitas produk , citra merek , kepercayaan , kemudahan , dan harga terh adap keputusan pembelian pada e - commerce shopee (Survei Pada Mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Labuhan Batu). *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 10–27.
- Prawira, R. Y., Mulyana, S., & Wirakusumah, T. K. (2012). Hubungan karakteristik brand ambassador

honda spacy helm-in dengan tahapan keputusan pembelian konsumen. *EJurnal Mahasiswa Universitas Padjadjaran*, 1(1), 1–14.

- Rangkuti, F. (2009). *Strategi Promosi Yang Kreatif*. Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama.
- Ristanti, A., & Iriani, S. S. (2020). Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Nature Republic di Surabaya. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 8(3), 1026. <https://doi.org/10.26740/jim.v8n3.p1026-1037>
- Roslina. (2010). Citra Merek: Dimensi, Proses Pengembangan Serta Pengukurannya. *Urnal Bisnis Dan Manajemen*, Volume 6 N, Mei 2010: 333-346.
- Royan & Frans M. (2004). *Marketing Selebritis, Selebriti Dalam Iklan Dan Strategi Selebriti Memasarkan Diri Sendiri*. Jakarta : Media Komputindo.
- Royan, M. F. (2005). *Marketing Selebritis*. Jakarta : PT Elex Media Komputindo.
- Sagia, A., & Situmorang, S. H. (2018). Pengaruh Brand Ambassador, Brand Personality Dan Korean Wave Terhadap Keputusan Pembelian Produk Nature Republic Aloe Vera. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 5(2), 286–298. <https://doi.org/10.31843/jmbi.v5i2.168>
- Sedjati. (2018). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta : Deepublish.
- Setiadi. (2013). *Perilaku Konsumen Konsep dan Implikasi Untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*. Kencana.Jakarta.
- Sinaga. (2019). Pengaruh Brand Image, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Minat Beli Produk MakeOver pada Pengunjung Counter Make Over di Plaza Medan Fair. *Repository Institusi USU, Universitas Sumatra Utara*.
- Sterie, W. G., Massie, J. D. ., & Soepono, D. (2019). Pengaruh Brand Ambassador dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian Produk PT. Telesindo Shop sebagai Distributor Utama Telkomsel di Manado. *Emba*, 7(4), 3139–3148.
- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif & RND*. Alfabeta, Bandung.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung : Alfabeta.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Bandung : Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: PT Alfabet.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Bandung : CV Alfabeta.
- Suparwi, S., & Fitriyani, S. (2020). Pengaruh Product Knowledge, Brand Image, dan Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian Top White Coffe Mahasiswa FEBI IAIN Kudus 2016-2017. *BISNIS: Jurnal Bisnis Dan Manajemen Islam*, 8(2), 253. <https://doi.org/10.21043/bisnis.v8i2.8764>
- Supriyadi, S., Wiyani, W., & Nugraha, G. I. K. (2017). Pengaruh Kualitas Produk Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 4(1), 74–85. <https://doi.org/10.26905/jbm.v4i1.1714>
- Suri Amalian dan M. Oloan Asmara. (2011). Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Xiaomi di Kota Langsa. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan Unsam*, 6(1), 660–669.

Tjiptono. (2011). *Strategi Pemasaran Edisi Tiga*. Yogyakarta, ANDI.

Tjiptono, F. (2015). *Manajemen & Strategi Merek*. Yogyakarta : CV. Andi Offset.

Widyaputra, K. H., & Djawoto. (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Brand Ambassador, Kreativitas Iklan, dan Word of Mouth terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 7(7), 1–18.

Yusiana, R., & Maulida, R. (2015). Pengaruh Gita Gutawa Sebagai Brand Ambassador POND'S Dalam Mempengaruhi Keputusan Pembelian. *Jurnal Ecodemica*, 3(1), 311–316. www.marketing.co.id

