

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari. 2012. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung. Alfabeta.
- Arianty,N. 2021. Pengaruh Brand Image dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian. *MANEGGIO : Jurnal Ilmiah Magiste Manajemen*, 4(1), 39–50.
- Arumsari,N. R. 2018. Pengaruh Atribut Produk, Brand Ambassador, Label Halal, Dan Loyalitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah (Studi Pada Konsumen Wardah Di Kudus). *Jurnal Studi Manajemen Bisnis*, 2(2), 1–8.
- Dinnie, K. (2015). *Nation Branding: Concept, Issues, Practice (2nd ed.)*. New York. Routledge.
- Firmansyah, Anang. 2019. *Pemasaran Produk dan Merek : Planning dan Strategy*. Surabaya. Qiara Media.
- Gita, Devi & Setyorini, R. 2016. Pengaruh Brand Ambassador Terhadap Brand Image Perusahaan Online Zalora.co.id. *Jurnal Manajemen*, 12(1), 620-626.
- Keller, K.L. 2013. *Strategic Brand Management:Building, measuring, and managing brand equity (4th ed)*. England. Pearson Education, Inc.
- Kotler, Phillip. & Keller, K. L. 2016. *Manajemen Pemasaran. Edisi Ketiga belas* (Jilid 1). Jakarta. Erlangga.
- Kotler, Phillip. &Armstrong, Gary. 2016. *Dasar-Dasar Pemasaran. Edisi Kesembilan* (Jilid 1). Jakarta. Erlangga.
- Lailiya, N. 2020. Pengaruh Brand Ambassador dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian di Tokopedia. *IQTISHADEquity Jurnal MANAJEMEN*. 2(2), 113–126.
- Lea-Greenwood, G. (2013). *Fashion marketing communications*. West Sussex: John Wiley & Sons, Ltd.
- Riyanto, A.D. 2022. *Hootsuite (We Are Social):Indonesian Digital Report 2022*. Online. <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2022/>. Diakses 16 Februari 2023.
- Riyono & Budiharja, G. E. 2016. Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Aqua di Kota Pati. *Jurnal STIE Semarang*. 8(2), 92–121.
- Samosir, L.S., Putri, Y.R. & Nurfebriarining, S. 2016. Pengaruh Penggunaan Brand Ambassador Dewi Sandra Terhadap Putusan Pembelian Kosmetik

- Wardah di Kota Bandung. *Jurnal Sosioteknologi*. 15(2), 234-230
- Sangadji, E.M. & Sopiah. 2013. *Perilaku Konsumen: Pendekatan Praktis*. Yogyakarta. ANDI.
- Schiffman, L.G. & Kanuk, L. L. 2013. *Consumer Behavior (8th ed)*. New Jersey. Prentice Hall.
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung. Alfabeta.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung. Alfabeta.
- Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Pendidikan Kuantitatif*. Bandung. Alfabeta.
- Shimp, T.A. & Andrews, J. C. 2014. *Komunikasi Pemasaran Terpadu Dalam Periklanan dan Promosi*. Salemba Empat. Jakarta.
- Sriyanto, Agus & Kuncoro, A. W. 2019. Pengaruh Brand Ambassador, Minat Beli dan Testimoni Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ekonomika Dan Manajemen*, 8(1), 21–34.
- Sudaryono. 2016. *Manajemen Pemasaran Teori Dan Implementasi*. Yogyakarta. ANDI.
- Sunyoto, Danang. 2014. *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran (Konsep, Strategi dan Kasus)*. Jakarta. CAPS (Center Of Academics Publishing Service).
- 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>
- Tjiptono, Fandy. 2015, *Strategi Pemasaran*. Edisi 4. Yogyakarta. ANDI.
- Yusiana, Rennyta & Maulida, Rifaatul. 2015. Pengaruh Gita Gutawa Sebagai Brand Ambassador Pond's Dalam Mempengaruhi Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Mahasiswi Universitas Telkom Jurusan D3 Manajemen Pemasaran). *Jurnal Ecodmica III*, 3(1), 311-316.
- Yusuf, A. 2021. The Influence of Product Innovation and Brand Image on Customer Purchase Decision on Oppo Smartphone Products in South Tangerang City. *Budapest International Research and Critics Institute (BIRCI-Journal): Humanities and Social Sciences*, 4(1), 472–481. <https://doi.org/10.33258/birci.v4i1.1629>