

DAFTAR PUSTAKA

- Adithya Akbarsyah, *Pengaruh Kesadaran Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Joytea di Kota Bandung Tahun 2013*. Jurnal Jurusan Manajemen Bisnis Telekomunikasi dan Informatika Institut Manajemen Telkom (2013).
- Anggriani, Y. (2022). *Pengaruh Brand Awareness dan Perceived Quality Terhadap Repurchase Intention Pada Produk Ms Glow di Kota Bima*. Jurnal Ekonomi dan Bisnis, Vol. 1. No. 2.
- Asri Oktiani dan Rozy Khadafi. 2018. *Pengaruh Brand Awareness dan Brand Image Serta Word Of Mouth Terhadap Brand Trust dan Pembentukan Brand Loyalty*. *Journal of Economic, Business and Accounting (COSTING)*. Volume 1 Nomor 2. e-ISSN : 2597-5234. Pp. 269-282.
- Ayuningrum, Cintya. 2022. *Pengaruh Media Social Marketing, Influencer, dan Word of Mouth Terhadap Brand Awareness Produk Scarlett Whitening*. Jurnal ilmu manajemen muhammadiyah Surakarta.
- Farela, D., and Darma, G.S. 2014. *Celebrity Endorser, Daya Tarik Iklan, Brand Awareness dan Brand Attitude*. Jurnal Manajemen & Bisnis, 11 (1): 35- 47.
- Faridatus, Sholikhah dan Luky Susilowati (2021). *The Efect of The Ambassador dan Word of Mouth on The honda Vario Brand Awareness at MPM Motor Ngagel*. Jurnal Ekonomi p-ISSN: 1858-2192 | e-ISSN: 2686-5467 Vol.17, Nomor 2.
- Finanda, I. R.dkk. 2017. *Pengaruh Word of Mouth Dan Brand Image Terhadap Keputusan Penggunaan Salon Kecantikan Pada Konsumen Mil Off Beauty Bar*. Jurnal Ilmiah Widya Ekonomika, 1(2), 134–140.
- Gima Sugiama dan Emmanuel Febiano. 2017. *Pengaruh Kemasan, Kewajaran Harga Dan Brand Awareness Terhadap Brand Loyalty (Studi Kasus Pada Wisatawan Nusantara di Kartika Sari Bandung)*. Jurnal Manajemen Maranatha. Volume 17, Nomor 1. Pp 1-14.
- Gita, Devi dan Setyorini, Retno. 2016. *Pengaruh Brand Ambassador terhadap Brand Image Perusahaan*. zalora.co.id.
- Ghozali, Imam. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Nurdin, Ismail dan Sri Hartati. 2019. *Metodologi Penelitian Sosial*. Surabaya: Media Sahabat Cendekia.

- Probosini, A.D.dkk. (2021). *Pengaruh Promosi dan Brand Ambassador terhadap Keputusan Pembelian Pengguna Market Place X dengan Brand Image sebagai Variabel Intervening*. Jurnal Bisnis, Manajemen, dan Keuangan Volume 2 No. 2
- Royan, Frans M. 2004. *Marketing Celebrities, Selebriti Dalam Iklan dan Strategi Selebriti Memasarkan Diri Sendiri*. Jakarta: Media komputindo.
- Septiani,I (2022). *Analisis Pengaruh Celebrity Endorser, Brand Image, Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Ms Glow Melalui Word of Mouth Sebagai Variabel Mediasi*. Jurnal Disrupsi Bisnis, Vol. 5, No.1.
- Siahaan, Herlina Debby & Yuliati, Ai Lili. 2016. *Pengaruh Tingkat Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Produk Victoria's Secret (Studi Pada Konsumen Victoria's Secret di PVJ Bandung)*. ISSN : 2355-9357. *eProceeding of Management : Vol.3, No.1*. Pp. 497-505.
- Siregar, Sofyan. 2016. *Statistika Deskriptif untuk Penelitian Dilengkapi Perhitungan Manual dan Aplikasi SPSS Versi 17*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Somayeh Shojaee, Azreen bin Azman, 2013, *An Evaluation of Factors Affecting Brand Awareness in the Context of Social Media in Malaysia*, *Asian Social Science*. Vol. 9, No. 17; ISSN 1911-2017 E-ISSN 1911-2025, Published by Canadian Center of Science and Education.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Wicaksono, Mohammad dan Ketut Seminari (2016). *Pengaruh Iklan dan Word of Mouth terhadap Brand Awareness Traveloka*. E-Jurnal Manajemen Unud, Vol. 5, No.8
- Winadi, J.S (2017). *Hubungan word of mouth dengan brand ambassador the kotak*. Jurnal EKomunikasi, (Onlie)
- Wulandari,C. (2018). *Pengaruh Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Oppo F3 di Samarinda*. Jurnal ilmu manajemen mulawarman Vol 3 No.
- Yosef Andre Sucahyo. 2017. *Pengaruh Brand Association, Brand Loyalty, Brand Awareness, Dan Brand Image Terhadap Brand Equity Pada Brand Happy Baby*. *PERFORMA: Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis Volume 2, Nomor 5*. Pp. 601-610.