

DAFTAR RUJUKAN

- Augusty, Ferdinand. 2006. *Metode Penelitian Manajemen*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Agustina, Evita. 2020. Pengaruh *Brand Ambassador* dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Skincare Aloe Vera Nature Republic: Studi pada Mahasiswi Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung. Uin Sunan Gunung Djati Bandung.
- Annisa, Nurul. 2021. Pengaruh Brand Ambassador dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Mahasiswa Program Studi Pendidikan Tata Rias dan Kecantikan Universitas Negeri Padang. Universitas Negeri Padang.
- Ariningrum, Aprilia. 2021. Analisis Pengaruh *Green Product* dan *Brand Ambassador* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Oriflame Dengan *Brand Image* Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Masyarakat Kebumen). Fakultas Ekonomi STIE Putra Bangsa Kebumen.
- Aziz, Nazaruddin. 2019. Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Air Minum Dalam Kemasan (AMDK) Merek Aicos Produksi PT. Bumi Sarimas Indonesia. DOI : [10.31219/osf.io/w6dt5](https://doi.org/10.31219/osf.io/w6dt5)
- Edrin, Fhatiyaha. 2022. Pengaruh *Brand Ambassador* dan *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Kasus Pada *Event Free Photocard* BTS Tokopedia). Palembang : Universitas Katolik Musi Charitas.
- Endang, Sulistya. 2012. Pengaruh Agnes Monica Sebagai *Celebrity Endorser* Terhadap Pembentukan *Brand Image* Honda Vario. *Jurnal Bisnis dan Manajemen* Vol.6.
- Ferdinand. 2006. *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian untuk skripsi, Tesis dan Disertai Ilmu Manajemen*. Semarang : Badan.
- Ghozali, Imam. 2009. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang : UNDIP.
- , 2016. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program. IBM SPSS 23 (Edisi 8)*. Cetakan ke VIII. Semarang : Badan Penerbit.
- , 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro: Semarang.
- Greenwood, Gaynor. 2012. *Fashion Marketing Communication*. USA: Wiley.

- Kertamukti, R. 2015. Strategi Kreatif dalam Periklanan: Konsep Pesan, Media, Branding, Anggaran. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Kotler, Philip. 2000. Prinsip-Prinsip Pemasaran Manajemen. Jakarta : Prenhalindo.
- Kotler, Kevin, Lane, Keller. 2009. Manajemen Pemasaran. Dialih Bahasakan Oleh Bob Sabran. Edisi Ketiga Belas. Erlangga, Jakarta.
- Kotler, Philip, Armstrong, Gary. 2012. *Principles of Marketing*. New Jersey: Prentice Hall.
- Kotler, Philip, Gerry Armstrong. 2014. *Principle Of Marketing*. 15th edition. New Jersey: Pearson Pretice Hall.
- , 2016. Prinsip-prinsip Pemasaran. Edisi 13 Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Lailiya, Nisfatul. 2020. Pengaruh *Brand Ambassador* dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Di Tokopedia. Universitas Maarif Hasyim Latif. Vol 2, No 2.
- Luthfia, Emil. 2012. Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada *Coffee Shop* Kofisyop Tembalang. Hal 19. Universitas Diponegoro. Semarang.
- Ningrum. 2022. Pengaruh *Brand Ambassador* Song Joong Ki dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian *Skincare* Scarlett. Universitas Islam Malang.
- Morissan. 2012. Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu. Jakarta: Kencana.
- Oriflame. 2023. <https://id.oriflame.com/about> (diakses pada 4 Januari 2023).
- Priyatno, Duwi. 2010. Paham Analisa Statistik Data Dengan SPSS. Mediakom, Yogyakarta.
- Putra. 2019. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Meubel AA di Kecamatan Rambatan di Tinjau Menurut Perspektif Ekonomi Syariah. <https://repository.uin-suska.ac.id/22210/> (diakses pada 8 November 2022).
- Putri, Rindi. 2022. Lama Tak Terdengar, Ini Update Kasus Video Syur Gisel. <https://www.cnbcindonesia.com/lifestyle/20221204065124-33->

[393521/lama-tak-terdengar-ini-update-kasus-video-syur-gisel](https://doi.org/10.30605/393521/lama-tak-terdengar-ini-update-kasus-video-syur-gisel) (diakses pada 4 Januari 2023).

- Rachma, Hufron. 2019. Menguji *Brand Image* Sebagai Variabel Intervening Dalam Hubungan Pengaruh *Brand Ambassador* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Wardah. Universitas Islam Malang.
- Royan, dan Frans. 2004. *Marketing Celebrities* “Selebriti Dalam Iklan dan Strategi Selebriti Memasarkan Diri Sendiri”. Alex Media, Jakarta.
- Samosir, dkk. 2016. Pengaruh Penggunaan *Brand Ambassador* “Dewi Sandra” terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Kosmetik Wardah di Kota Bandung. *Jurnal Sositologi*. 15 (2), 233-240.
- Santoso, Singgih.. 2001. *SPSS Versi 11,5 Mengolah Data Statistik Secara Profesional*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Sopiah, dkk. 2013. *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta. Andi.
- Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : CV. Alfabeta.
- , 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : CV. Alfabeta.
- Suparwi, Syarifatul. 2020. Pengaruh *Product Knowledge, Brand Image, dan Brand Ambassador* Terhadap Keputusan Pembelian Top White Coffe Mahasiswa FEBI IAIN Kudus 2016-2017. *Jurnal Bisnis dan Manajemen Islam*, Vol.8, No.2.
- Sutisna. 2003. *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Tjiptono, Fandy. 2003. *Total Quality Manajemen Edisi Revisi*. Andi, Yogyakarta.
- , 2008. *Strategi Pemasaran. Edisi III*. Yogyakarta : CV. Andi Offset.
- , 2014. *Pemasaran Jasa-Prinsip, Penerapan dan Penelitian*. Yogyakarta: Andi Offset.