

DAFTAR PUSTAKA

- Bangun, A. A. A. (2017). Pengaruh *Brand Ambassador* Terhadap *Brand Image* Serta Dampaknya Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Pengguna Smartphone Oppo di Kota Medan) (Doctoral dissertation, Universitas Sumatera Utara).
- Fasha, A. F., Robi, M. R., & Windasari, S. (2022). Determinasi Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli: Brand Ambassador dan Brand Image (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Manajemen Pendidikan dan Ilmu Sosial*, 3(1), 30-42.
- Fatina, S. C., Hidayat, N., & Saidani, B. (2021). Bagaimana Peran Negara Asal, Kualitas Produk dan Citra Merek Mempengaruhi Keputusan Pembelian Kosmetik Korea?. *Jurnal Bisnis, Manajemen, dan Keuangan*, 2(3), 706-720.
- Firmansyah, Anang. 2019 *Pemasaran Produk dan Merek: Planning dan Strategy* Qiara Media.
- Ghozali, Imam. 2006. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Haasiani, Nova. 2022. Data "Penjualan Kosmetik Wajah : Brand Lokal Kuat Bersaing" <https://compas.co.id/article/data-penjualan-kosmetik/>. Diakses pada 23 agustus 2023.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2013). *Principles of Marketing Fourteenth Edition*. New Jersey: Pearson Pretice Hall.
- Keller, K. L. (2003). Brand Synthesis: *The Multidimensionality of Brand Knowledge*. *Journal of Consumer Research*, 29(4), 595-600.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2006). *Marketing Management* (12th ed.). Pearson Prentice Hall.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller, 2007. *Manajemen Pemasaran*, Edisi Kedua belas Jilid 1. Alih Bahasa: Benyamin Molan. PT INDEKS.

- Kristian, G., Welsa, H., & Udayana, I. B. N. (2021). Pengaruh *Brand Ambassador* dan *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian Dengan *Trustworthiness* Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 9(3), 509-520.
- Lea-Greenwood, Gaynor. 2012. *Fashion Marketing Communication*. USA: Wiley
- Lukitaningsih, A., & Lestari, F. (2023, February). Pengaruh brand image, brand trust dan brand ambassador terhadap keputusan pembelian produk smartphone. In *Forum Ekonomi: Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi* (Vol. 25, No. 1, pp. 89-96).
- Nuridin, Ismail dan Sri Hartati. 2019. *Metodologi Penelitian Sosial*. Surabaya: Media Sahabat Cendekia
- Magdalena, P. A. (2015). Pengaruh Brand Ambassador Terhadap International Brand Image Serta Dampaknya Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada pengguna smartphone Samsung). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 23 (1).
- Marcella, I., Nursal, M. F., & Wulandari, D. S. (2023). Pengaruh Electronic Word of Mouth dan Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli Skincare Somethinc di Kota Bekasi. *Jurnal Economina*, 2(10), 2775-2790.
- Mursid M. 2010. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta (ID) : PT Bumi Aksara.
- Paramitha, M. P. (2022). Pengaruh Brand Ambassador, Brand Image, dan Brand Awareness Terhadap Purchase Decision MS Glow di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 10(1).
- Prasetyo, P. E. (2018). Brand Ambassador dan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Yang Dimediasi Oleh Citra Merek (Studi Kasus Pada Xl Axiata di Pelajar dan Mahaiswa Yogyakarta). *Jurnal Manajemen Bisnis Indonesia (JMBI)*, 7(5), 458-466.
- Probosini, D. A., Hidayat, N., & Yusuf, M. (2021). Pengaruh Promosi, Brand Ambassador terhadap Keputusan Pembelian Pengguna Market Place x dengan Brand Image sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Bisnis, Manajemen, dan Keuangan-JBMK*, 2(2), 445-458.

- Purwati, A., & Cahyanti, M. M. (2022). Pengaruh *Brand Ambassador* dan *Brand Image* terhadap Minat Beli Yang Berdampak Pada Keputusan Pembelian. *IQTISHADUNA: Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita*, 11(1), 32-46.
- Satria, A. A. (2017). Pengaruh Harga, Promosi, Dan Kualitas Produk terhadap Minat Beli Konsumen pada Perusahaan A-36. *Jurnal Performa: Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*, 2(1), 45-53.
- Siahaan, M. D. Y., & Saidani, B. (2022). Pengaruh Brand Ambassador dan Konten Iklan Terhadap Brand Image Serta Dampaknya Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Bisnis, Manajemen, dan Keuangan*, 3(2), 456-478.
- Sugiyono. 2012. *METODE PENELITIAN BISNIS (Pendekatan Kuantitatif Kualitatif dan R&D)*. Bandung: Penerbit Alfabeta

