

DAFTAR RUJUKAN

- Aaker, *et al.* 1990. *Consumer Evaluations of Brand Extentions*. *Journal of Marketing*, Vol. 54, Nomor 2 (hlm.7-12)
- Adler, R. B., dan Rodman, G. 2011. *Understanding human communication* (11th ed.). Oxford University Press.
- Amin, A., dan Yanti, Y. 2021. Dampak pemasaran digital terhadap perilaku konsumen. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, Volume 20, Nomor 3 (hlm.50-165).
- Annur Container: Katadata.co.id Publisher: Databoks Year: 2023 URL: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/02/27/deretan-merek-sneakers-paling-disukai-masyarakat-indonesia-adidas-juaranya> (diakses tanggal 24 November 2023)
- Assauri dan Sofjan. 1966. *Manajemen Pemasaran Dasar Konsep dan Strategi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada
- Azani, F. 2020. Analisa Pengaruh Desain Produk, Motivasi Konsumen, dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Bellagio. Volume 3, Nomor 1 (hlm.1-77)
- Brestilliani, Lelly, 2020. Pengaruh Brand Awareness, Brand Ambassador, dan Harga Terhadap Keputusan pembelian Online Pada Marketplace Shopee (Studi Pada Mahasiswa Stiesia). *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*. Volume 9, Nomor 3 (hlm.23-27)
- Diawati, H., dkk. 2021. Peran Motivasi Kerja Dan Efikasi Diri (*Self-Efficacy*) Dalam Meningkatkan Kinerja Karyawan. *Journal of Management and Bussines*, Volume 8, Nomor 5, (hlm.55)
- Dirwan, & Firman, A. 2023. *The Impact of Brand Image and Product Quality on Purchasing Decisions*. *Jurnal Manajemen Bisnis*, Volume 10, Nomor 1 (hlm. 266–277). <https://doi.org/10.33096/jmb.v10i1.514>
- Ekonomi, F., dkk. 2020 *e-Jurnal Riset Manajemen*, Pengaruh *Brand Image, Lifestyle* Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Ventela (*Studi Kasus Pada Konsumen Toko Gorilla Market Bululawang*). Volume 7, Nomor 3 (hlm.34-36).
- Femilia. 2023. Judul artikel. Pengaruh *Brand ambassadordan* persepsi konsumen terhadap keputusan pembelian *Handpone* Samsungl, Volume 12, Nomor 2 (hlm.67-75).
- Firmansyah, A. (Ed) 2019. *Pemasaran Produk dan Merek (Planing & Strategy)* (QiaraMedia (ed.)).

- Ghozali, I. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25* (9th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Slihandini, 2022 *Manajemen Keuangan*. Surabaya: Scorpio Media Pustaka
- Handoko. 2014. *Manajemen Personalia dan Sumber Daya Manusia*. Yogyakarta: BPFE-Yogyakarta.
- Haedrich, J., & Rygl, D. 2020. *The influence of brand ambassadors on consumer perception and decision making*. Journal of Marketing and Consumer Behavior, Volume 15, Nomor 2 (hlm.123–138)
- Hawkins, D. I., & Mothersbaugh, D. L. 2013. *Consumer Behavior Building Marketing Strategy* (Vol. XII). McGraw-Hill.
- Husna, R. 2022. Pengaruh *Brand ambassador* dan *Brand image* Terhadap Keputusan Pembelian di Tokopedia (Studi Kasus pada Generasi Z di Kota Purwokerto). *Jurnal Ilmu Manajemen Advantage*, Volume 2, Nomor 5 (hlm.25-30).
- Indrawati. 2020. *Metode Penelitian Manajemen Dan Bisnis: Konvergensi Teknologi Komunikasi Dan Informasi*. Bandung: Refika Aditama.
- Kotler, K. L. Philip: Keller 2016 *Marketing Management (Global Edition)* a5 ed New Yersey: Person Pretice Hall.
- Kotler, Philip.1997, *Manajemen Pemasaran*. Edisi Bahasa Indonesia jilid satu. Jakarta: Prentice Hall.
- Kotler, P dan Amstrong. 2018. *Prinsip-prinsip Marketing Edisi Ke Tujuh*. Penerbit Salemba Empat. Jakarta.
- Kotler, P., & Keller, K. L. 2009. *Manajemen Pemasaran* (A. Maulana & Y. S. Hayati (eds.); 13 Jilid 2). Erlangga
- Kotler dan Keller. 2012, *Manajemen Pemasaran*, Edisi 12. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. 2010. *Marketing Management* (Edisi ke-13). Pearson Education.
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller. 2016. *Marketing Managemen*, 15th Edition,. Pearson Education,Inc.
- Kurniawan, R. 2023. *Analisis Regresi: Dasar dan Penerapannya dengan R*. Jakarta: Kencana.
- Lea-Greenwood, Gaynor. 2012. *Fashion Marketing Communications E-book*. Somerset, NJ, USA: Wiley.

- Mutiah, T. et al. 2021 „ Pengaruh *Brand ambassador* Terhadap Keputusan Pembelian *Scralett* di Mahasisiwa *UBSI* , Jurnal Akrab Juara, Volume 6, Nomor 5 (hlm.148–158).
- Maulana, M. F., Nawangsih., dan Rizal, B. S. 2019. Pengaruh Persepsi Konsumen dan Motivasi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Perdana IM3. *Jurnal Riset Manajemen*. Volume 2, Nomor 1(hlm.40-45).
- Nurul, A., & Pujiastuti, Y. 2021. Strategi pemasaran digital di era pandemi. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, Volume 12, Nomor 1 (hlm.45-60).
- Rachma dan Arhan. 2020. Pengaruh Fitur Produk terhadap Keputusan Pembelian *Handphone Oppo* dengan *Word of Mouth* sebagai variabel *Intervening*. Volume 4, Nomor 3 (hlm.133-158).
- Sartika, A., & Hidayat, R. 2022. Pengaruh media sosial terhadap perilaku konsumen. *Jurnal Pemasaran dan Konsumen*, Volume 25, Nomor 4 (hlm.120-135).
- Riani, A., & Mubarak, M. 2022. Pengaruh pemasaran digital terhadap keputusan pembelian konsumen. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, Volume 18, Nomor 3 (hlm.255-270).
- Royan, F. M. 2019 *markeing selebrity. PT elex media Komputindo*
- Royan, Frans M. 2004. “*Marketing Celebrities*”. PT Elex Media Komputindo, Jakarta
- Sriyanto, A., & Kuncoro, A. W. 2020. Pengaruh brand ambassador, minat beli dan testimoni terhadap keputusan pembelian. *Jurnal Ekonomika Dan Manajemen*, Volume 8, Nomor 1 (hlm.21–34).
- Safitri, A. N., & Basiya, R. 2022. YUME: *Journal of Management Pengaruh Brand Image, Lifestyle, dan Promosi Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian di Toko 3Second*. YUME: *Journal of Management*, Volume 3, Nomor 2 (hlm.450–458).
- Sasongko, G.A. and Setyawati, H.A. 2022 „Pengaruh Brand ambassador, Daya Tarik Iklan, dan Product Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah *Exclusive Matte Lip Cream*: Studi pada Masyarakat di Kabupaten Kebumen”, *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi (JIMMBA)*, Volume 4, Nomor 4 (hlm.488–501).
- Saputri, A. D., & Mulyati, A. (n.d.). Pengaruh Citra Merek, Desain Produk, dan Persepsi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Nike. Volume 5, Nomor 3 (hlm.25–34).
- Setyawati, N. 2022. Pengaruh desain produk terhadap keputusan pembelian konsumen. *Jurnal Pemasaran dan Bisnis*, Volume 15, Nomor 2 (hlm.123-135).

- Schiffman, L.G., & Kanuk, L.L. 2010. *Consumer Behaviour* (10th ed). New Jersey, Pearson Prentice H
- Sigar, D., Soepeno, D. 2021. *The Influence of Brand ambassador, Viral Marketing and Brand and Brand Trust on The Purchase Decision of Nike*. Volume 9, Nomor 5 (hlm.841–850).
- Sidik, R. 2019. Analisis Kualitas dan Desain Produk Terhadap Kepuasan Konsumen *Meubel Sofa* di Gersik. *Jurnal Manajemen Bisnis*, Volume 3, Nomor 5 (hllm.19-28).
- Sugihartono, et al., 2013. *Psikologi Pendidikan*. Yogyakarta: UNY Pers. (45-50)
- Sugiyono. 2013. *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R & D*. Bandung: Alfabeta.
- Suparman Hi Lawu, R. A. R. F. 2021. “Pengaruh Persepsi Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Baju *Branded*”. Volume 9 Nomor 2 (hlm.183–192)
- Sumarwan, U. 2011. *Perilaku Konsumen: Teori dan Praktik*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Sumarwan, U. 2018. *Perilaku Konsumen: Teori dan Praktik*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Sutisna, E. 2010. *Perilaku Konsumen*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Purwati, A. and Cahyanti, M.M. 2022 “Pengaruh *Brand ambassador* Dan *Brand Image* Terhadap Minat Beli Yang Berdampak Pada Keputusan Pembelian”, *IQTISHADUNA: Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita*, Volume 11(Nomor 1 (hlm.32–46).
- Wardani, E., & Santosa 2020. “*The Influence of Hallyu, Brand ambassador and Brand Image on the Consumer Purchase Decision on Nature Republic Products in Yogyakarta*”. *E-Jurnal Apresiasi Ekonomi*, Volume 8 (hlm.203–211).