

DAFTAR PUSTAKA

- Agustina, E. (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). Skripsi. Bandung: Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati.
- Andika, I. M., & Putra, K. E. S. (2025). PENGARUH PERSEPSI KONSUMEN DAN *BRAND AMBASSADOR*. *Manajemen Dan Bisnis*, 7(3), 981–990. <https://doi.org/https://doi.org/10.23887/pjmb.v7i3.94223>
- Anisa, N., & Telagawathi, N. L. W. S. (2022). Peran Citra Merek Memediasi Pengaruh Kualitas Produk terhadap. *Manajemen Perhotelan Dan Pariwisata*, 5(3), 408–416.
- Ajzen, I. (1991). *The Theory of Planned Behavior*. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211. [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)
- Apriani, F., Niswaty, R., Baharuddin, A., Seppa, Y. I., & Wardah, S. S. W. (2024). Pengaruh *Brand Ambassador* dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Wardah Pada Masyarakat Kecamatan Parigi Kabupaten Gowa. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial Dan Hukum (JADBISFISH)*, 3(2), 53–64.
- Aprileny, I., & Andriani, R. (2018). Pengaruh Harga, Diferensiasi Produk, dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Di Giant Ekstra Ujung Menteng Bekasi. *Jurnal STEI Ekonomi*, 27(02), 38–56.
- 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.
- Asthika, I. K. A. W., & Ariasih, M. P. (2025). Pengaruh citra merek dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian mobil gran max di astra daihatsu singaraja. *Manajemen Dan Bisnis*, 7(2), 451–461. <https://doi.org/https://doi.org/10.23887/pjmb.v7i2.100654>

- Diantara, G. A., & Yudiatmaja, F. (2025). Pengaruh kualitas produk, citra merek dan e-wom terhadap keputusan pembelian laptop asus di rimo trade center denpasar. *Manajemen Dan Bisnis*, 7(2), 599–608. <https://doi.org/https://doi.org/10.23887/pjmb.v7i2.91336>
- 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.
- Ghozali, Imam. 2009. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS. Semarang: UNDIP.
- Ghozali, Imam. 2018. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25. Badan Penerbit Universitas Diponegoro: Semarang.
- Ghozali, Imam. 2016. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program. IBM SPSS 23 (Edisi 8). Cetakan ke VIII. Semarang : Badan Penerbit.
- Greenwood, Gaynor. 2012. Fashion Marketing Communication. USA: Wiley.
- Handoko.2002. Manajemen Pemasaran. Badan penerbit IPWI. Jakarta.
- Janah, N. R., Istiqomah, Y., & Setiawati, L. (2024). Analisis Framework Stimulus Organism Response (SOR) pada Live Streaming Marketplace Terhadap Keputusan Pembelian di LAF Project. *INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research*, 4(5), 1–13. <https://j-innovative.org/index.php/Innovative>
- Kertamukti, R. 2015. Strategi Kreatif dalam Periklanan: Konsep Pesan, Media, Branding, Anggaran. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). Marketing Management (15th ed.). Pearson.
- Kotler, Philip. 2000. Prinsip-Prinsip Pemasaran Manajemen. Jakarta : Prenhalindo.
- Kotler, Philip, Gerry Armstrong. 2014. Principle of Marketing. 15th edition. New Jersey: Pearson Pretice Hall.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2008. Manajemen Pemasaran. Diterjemahkan oleh: Bob Sabran (Edisi Kedua Belas), Cetakan Ketiga, PT. Indeks, Jakarta.
- Kotler, Philip, Gerry Armstrong. 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.
- Magdalena, N. (2015). Model Stimulus-Organism-Response: Penentu Perilaku Pembelian Konsumen Secara Situasional. *Jurnal Manajemen Maranatha*, 4(2), 1–14.
- Maulana, A., & Lestariningsih, M. (2022). Pengaruh Harga, *Brand Ambassador* Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlett Whitening. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 11(9), 1–17.
- Munir, S. (2016). Pengaruh Brand Origin, Brand Ambassador Dan Brand Image Terhadap Minat Beli Parfum Axe (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Jurusan Manajemen Universitas. E – *Jurnal Riset Manajemen Prodi Manajemen*, 82–94.
- Ningrum. 2022. Pengaruh *Brand Ambassador* Song Joong Ki dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Skincare Scarlett. Universitas Islam Malang.
- Ninef, A. C., & Telagawathi, N. L. W. S. (2025). TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR FILANO. *Manajemen Dan Bisnis*, 7(3), 877–885. <https://doi.org/https://doi.org/10.23887/pjmb.v7i3.104884>
- Perdana, S. P. (2019). Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Meubel AA di Kecamatan Rambatan Ditinjau Menurut Perspektif Ekonomi Syariah. Skripsi. Pekanbaru: Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
- Priadana, S., & Sunarsi, D. (2021). Metode Penelitian Kuantitatif (Cetakan Pe, Issue 112). Tangerang Selatan: Pascal Books.
- Putri Nugraha, J., Alfiah, D., Sinulingga, G., Rojati, U., Saloom, G., Rosmawati, Fathihani, Johannes, R., Kristia, Hilian Batin, M., Jati Lestari, W., Khatimah,

- H., & Fatima B. Beribe, M. (2021). Teori Perilaku Konsumen. Jawa Timur: PT. Nasya Expanding Management (Penerbit NEM - Anggota IKAPI).
- Rahmadhini, N., & Telagawathi, N. L. W. S. (2023). KEPUTUSAN PEMBELIAN LAPTOP MEREK ASUS DI KOTA. *Manajemen*, 9(2), 216–224.
- Ramli, M. I., Rosanti, N., & Verawaty. (2024). Pengaruh Brand Ambassador dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Bearl Cosmetik Melalui Brand Image Sebagai Variabel Intervening (Study Pada PT. Mutiara Erly Sejahtera Agen Abd Dg Sirua). *Jurnal Sains Manajemen Nitro*, 3(1), 45–55.
<https://doi.org/10.56858/jsmn.v3i1.259>
- Samosir, dkk. 2016. Pengaruh Penggunaan Brand Ambassador Dewi Sandra terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Kosmetik Wardah di Kota Bandung. *Jurnal Sosioteknologi*. 15 (2), 233-240.
- Santiani, K. M., & Dewanti, M. A. (2024). Pengaruh Promosi dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Endek Bali pada Butik Ayu Windy Tenun Ikat Singaraja. 6(3), 33–41.
- Santoso, Singgih. 2001. SPSS Versi 11,5 Mengolah Data Statistik Secara Profesional. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2015). *Consumer Behavior* (11th ed.). Pearson.
- Selvia, M., Tumbel, A. L., & Djemly, W. (2022). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Scarlett Whitening Pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis. *EMBA*, 10(4), 320–330.
- Suarmanayasa, I. N., & Putri, V. F. (2025). Pengaruh harga dan variasi produk terhadap keputusan pembelian pada produk mixue di kecamatan buleleng. *Manajemen Dan Bisnis*, 7(2), 620–629.
<https://doi.org/https://doi.org/10.23887/pjmb.v7i2.97831>
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: CV. Alfabeta.

- Sugiyono. (2021). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Sutisna, 2003. Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Sopiah, et al. 2013. Perilaku Konsumen. Yogyakarta. Andi.
- Syahputri, A. Z., Fallenia, F. Della, & Syafitri, R. (2023). Kerangka Berfikir Penelitian Kuantitatif. Tarbiyah: Jurnal Ilmu Pendidikan Dan Pengajaran, 2(1), 160–166.
- Widiana, I. G. A., & Telagawathi, N. L. W. S. (2024). KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA MIXUE DI KINTAMANI. Manajemen Perhotelan Dan Pariwisata, 7(2), 24–33.
- Wijaya, A. S., & Yulianthini, N. N. (2025). PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN WORD OF MOUTH. 7(1), 134–144.
- Tjiptono, F. (2019). Pemasaran Strategik dan Implementasinya. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, F 2008. Strategi Pemasaran. Edisi III Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandy. 2001. Dimensi dan Prinsip Kualitas Layanan. Yogyakarta. Penerbit Andi Offset.
- Tjiptono, Fandy. 2003. Total Quality Manajemen Edisi Revisi. Andi, Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandy. 2014. Pemasaran Jasa-Prinsip, Penerapan dan Penelitian. Yogyakarta: Andi Offset.

