

DAFTAR PUSTAKA

- Aditya Aldo Arireza Bangun, (2017) Pengaruh Brand Ambassador Terhadap Brand Image Serta Dampaknya Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Pengguna Smartphone Oppo Di Kota Medan): <https://repositori.usu.ac.id/handle/123456789/17167>
- Agus Sriyanto, Aris Wahyu Kuncoro (2018) Pengaruh Brand Ambassador, Minat Beli, Dan Testimoni Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Situs Jual Beli Online Shop Shopee Indonesia di Universitas Budi Luhur Periode Februari – April 2018): <https://journal.budiluhur.ac.id/index.php/ema/article/view/858>
- Dewi Fadila, Zakaria Wahab, Isnurhadi, Marlina Widiyanti (2021), The Effect of Brand Image, Brand Ambassador, and Product Quality on the Purchase Decision of Mustika Ratu Products (Study on Sriwijaya University Students): <https://sloap.org/journal/index.php/ijss/article/view/1657>
- Djatmiko, I. W., Sunyoto, & Hertanto, D. B. (2015). Model Pembelajaran Praktik Pengayaan Motor Listrik Arus Searah Berbantuan Program Delphi. *JPTK*, 22, 401– 409: <https://journal.uny.ac.id/index.php/jptk/article/view/7838>
- Ghina Putri Ramadhanty, (2020) Pengaruh Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Pada Penggemar Boyband Exo sebagai Brand Ambassador Nature Republic). Skripsi thesis, Uin Sunan Kalijaga Yogyakarta: <https://digilib.uin-suka.ac.id/id/eprint/39808/>
- Gigi, Wahyu Utomo (2017) Pengaruh Brand Ambassador Dan Citra Merk Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Suzuki Type Nex (*Studi Kasus Pada PT. Indo Sun Motor Gemilang Jalan Sudirman Semarang*). Undergraduate thesis, Faculty of Social and Political Science: <http://eprints.undip.ac.id/60159/>
- Gunarto, M. (2017). Tranformasi Data Ordinal Ke Interval Dengan Method of Successive Interval. Researchgate.Net, April. <https://doi.org/10.13140/RG.2.2.30002.20162>
- Hanaysha, J. R. (2018). An Examination Of The Factors Affecting Consumer's Purchase Decision In The Malaysian Retail Market. *Journal PSU Research Review*, 2(1), 7–23.
- Hawkins, D. I., & Mothersbaugh, D. L. (2016). *Consumer Behavior : Building Marketing Strategy*. McGraw Hill.
- Hawari, Ubaid, Abulkhoir Satria Sakti, and Putri Nur Zachwa. "Pengaruh Celebrity Endorser Arief Muhammad Terhadap Keputusan Pembelian Produk Erigo." *JURNAL SYNTAX IMPERATIF: Jurnal Ilmu Sosial dan Pendidikan* 3.1 (2022): 95-107.
- Indawati Lestari, Martin, Marihot Manullang, Ribka Sari Butar-Butar, Zulia Rifda Daulay. (2021) The Effect Of Brand Ambassador and Prices on The Purchase Decision Of Android Hand Phone Through Interest In Buying Consumers In Medan City: <https://ijstm.inarah.co.id/index.php/ijstm/article/view/274>
- Kotler dan Armstrong. (2008). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jilid 1 dan 2. Edisi 12. Jakarta: Erlangga.

- Kotler, Philip. (2005). *Manajemen Pemasaran. Jilid 1 dan 2*. Jakarta : PT Indeks Kelompok Gramedia
- Kotler dan Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran. Jilid I. Edisi ke 13*. Jakarta: Erlangga
- Kotler, Philip., Keller, Kevin L. (2013). *Manajemen Pemasaran, Jilid Kedua*, Jakarta: Erlangga
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management (15th ed.)*. Pearson Education, Inc.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles of Marketing (17th ed.)*. Pearson Education Limited.
- Kurniawan, F. J. (2014). Analisa Pengaruh Visibility, Credibility, Attraction, dan Power Celebrity Endorser Terhadap Brand Image Bedak Marcks Venus. *Jurnal Strategi Pemasaran*, 2(1), 1–8.: <https://media.neliti.com/media/publications/140520-ID-none.pdf>
- Lea-Greenwood, G. (2012). *Fashion Marketing Communication*. Wiley. Manullang, & Hutabarat. (2016). *Manajemen Pemasaran Dalam Kompetisi Global*. Indomedia Pustaka.
- Luh Gede Permata Sari Dewi, Natasya Edyanto, and Hotlan Siagian. (2019), The Effect of Brand Ambassador, Brand Image, and Brand Awareness on Purchase Decision of Pantene Shampoo in Surabaya, Indonesia: https://www.researchgate.net/publication/341005265_The_Effect_of_Brand_Ambassador_Brand_Image_and_Brand_Awareness_on_Purchase_Decision_of_Pantene_Shampoo_in_Surabaya_Indonesia
- Leona, Patricia. "PERANCANGAN TAS DETACHABLE BRAND LÉONE MELALUI KONSEP PERSONAL (2019). IDENTIFICATION SEBAGAI GAYA HIDUP PEREMPUAN METROPOLITAN." *MODA* 1.1: 31-60
- Lutfia Siskhawati, Hutomo Atman Maulana (2021), The Influence Of Brand Ambassador And Korean Wave On Purchase Decision For Neo Coffee Products: <https://jurnal.unikal.ac.id/index.php/jebi/article/view/1359>
- Manullang, M dan Hutabarat, E. (2016). *Manajemen Pemasaran Dalam Kompetisi Global*. Yogyakarta : Indomedia Pustaka.
- Masyita, D. A., & Yuliati, A. L. (2017). Pengaruh brand ambassador dian sastrowardoyo terhadap brand image produk makeup L'OREAL PARIS (studi pada konsumen L'OREAL kota BANDUNG). *Jurnal Riset Akuntansi Mercu Buana*, 3 (1): <https://ejournal.mercubuana-yogya.ac.id/index.php/akuntansi/article/view/408>
- Mentari Vieka Mawarni, (2021) Pengaruh Artis K-Pop (Bts) Sebagai Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Tokopedia Di Kota Palembang. Skripsi thesis, Universitas Muhammadiyah Palembang.: <http://repository.um-palembang.ac.id/id/eprint/15799/>
- Nisfatul Lailiya, (2020), Pengaruh Brand Ambassador Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Di Tokopedia: <https://e-journal.umaha.ac.id/index.php/iqtisad/article/view/764>
- Noor Endah Hafilah , Vira Princess Chaer. (2019), The Effect Of Brand Ambassador, Brand Image, Product Quality, And Price On Purchase Decisions Samsung

- Smartphones.: https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3314080
- Panji Eka Prasetyo (2016), Brand Ambassador Dan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Yang Dimediasi Oleh Citra Merek (Studi Kasus Pada XI Axiata Di Pelajar Dan Mahasiswawayogyakarta): <https://eprints.uny.ac.id/55531/>
- Priansa, D. J. (2017). Perilaku Konsumen dalam Bisnis Kontemporer. Alfabeta.
- Ritonga, Z. (2015). Pengaruh Daya Tarik Brand Ambassador Dan Daya Tarik Iklan Televisi Terhadap Keputusan Pembelian Shampo Merek Pantene Pada Masyarakat Labuhanbatu Utara. *Jurnal Ecobisma*, 2(1), 119–133.: <https://jurnal.ulb.ac.id/index.php/ecobisma/article/view/723>
- Safitri, Eka Apriliya (2021) Pengaruh Brand Ambassador Dan Iklan Di Televisi Terhadap Keputusan Pembelian Shampo Pantene Pada Audryna Cosmetic Banjarmasin (Study Kasus Pada Konsumen Produk Shampo Pentene Di Kota Banjarmasin Barat). Diploma thesis, Universitas Islam Kalimantan MAB.L: <http://eprints.uniska-bjm.ac.id/6853/>
- Saleem, A. M., Abid, M., Khan, M. A., & Alam, S. (2015). Antecedents of Green Purchase Intentions: Evidence from Customers of Electronic Products from Multan District. *European Academic Research*, 2(11):. <https://www.euacademic.org/UploadArticle/1418.pdf>
- Shyfa Mourizka Nadia, Pramitha Aulia (2020) Pengaruh Brand Ambassador Bts Kpop Terhadap Keputusan Pembelian Di Tokopedia: <https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/management/article/view/13462>
- Silalahi, U. (2018). Metodologi Analisis Data dan Interpretasi Hasil untuk Penelitian Sosial Kuantitatif. PT Refika Aditama.
- Siyoto, Sandu dan Ali Sodik. (2015). Dasar Metodologi Penelitian. Yogyakarta: Literasi Media Publishing
- Sugiyono. (2019). Metode Penelitian Kuantitatif (Setiyawami (ed.); 2nd ed.). Alfabeta.
- Wulandari, C. (2017). Pengaruh brand ambassador terhadap keputusan pembelian smartphone Oppo F3 di Samarinda. *Jurnal Ilmu Manajemen Mulawarman*, 3(4), 1–15. <http://journal.feb.unmul.ac.id/index.php/JIMM/article/view/2376/829>