

DAFTAR PUSTAKA

- Adnan, Yunus, M., Adam, M., & Hafasnuddin. (2019). The Effect of Product Quality , Brand Image , Price , and Advertising on Purchase Decision and its Impact on Customer Loyalty of Morinaga Milk in Aceh. *International Journal of Innovation, Creativity and Change*, 9(4), 234–249.
- Alce, R. (2021). Pengaruh Potongan Harga, Iklan, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian di Shopee. *Benchmark*, 2(1), 81–93. <https://doi.org/10.46821/benchmark.v2i1.224>
- Amalia, A., & Markonah. (2022). Pengaruh Sertifikasi Halal, Harga, dan Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Wardah di Jakarta. *Perbanas Journal of Islamic Economics & Business*, 2(2), 157–166.
- Amri, S., & Prihandono, D. (2019). Influence Lifestyle, Consumer Ethnocentrism, Product Quality on Purchase Decision Through Purchase Intention. *Management Analysis Journal*, 8(1).
- Amrullah, & Yulihardi. (2020). *Pengaruh Iklan dan Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Axis Pada Mahaiswa FKIP Universitas Bung Hatta Padang*.
- Andina, & Masitoh, S. (2019). Pengaruh Daya Tarik Iklan, Brand Ambassador Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Wardah. *Jurnal Ilmiah Komunikasi (JIKOM) STIKOM IMA*, 11(03), 1. <https://doi.org/10.38041/jikom1.v11i03.94>
- Anggila, D. J., & Subandrio, S. (2022). Pengaruh Harga, Kepercayaan dan Advertising (Iklan) Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Tokopedia. (*JEMS) Jurnal Entrepreneur Dan Manajemen Sains*, 3(2), 167–182. <https://doi.org/10.36085/jems.v3i2.3157>
- Ariescy, R. R., Evanzha, E., & Amriel, Y. (2019). *Pengaruh Iklan Hijau Ddan Kesadaran Lingkungan Terhadap Minat Beli Dan Keputusan Pemebalian Air Mineral Merek Ades di Kabupaten Jember*. 4, 70–77.
- Arikunto, S. (2016). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Rineka Cipta.
- Camelia, M., & Hartono, B. (2021). Citra Merek Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Di Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Bs Coffee & Donuts). *Competence : Journal of Management Studies*, 15(2), 186–203. <https://doi.org/10.21107/kompetensi.v15i2.12516>
- Fadila, D., Wahab, Z., Isnurhadi, & Widiyanti, M. (2021). The Effect of Brand Image , Brand Ambassador , and Product Quality on the Purchase Decision of Mustika Ratu Products (Study on Sriwijaya University Students). *International Journal of Social Sciences*, 4(April), 182–189.

- Faradasya, C. I., & Trianasari, N. (2021). *Pengaruh Brand Ambassador Kpop Stray Kids dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus E-Commerce Shopee)*. 8(2), 865–873.
- Ferdiana Fasha, A., Rezqi Robi, M., & 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. <https://doi.org/10.38035/jmpis.v3i1.840>
- Fetritzen, & Aziz, N. (2019). *Analisis Pengaruh Kualits Produk, Harga, Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Air Minum Dalam Kemasan (AMDK) Merek AICOS Produksi PT. Bumi Sarimas Indonesia*. 1–9. <https://doi.org/10.31219/osf.io/w6dt5>
- Gunawati, Y., Handoko, T., & Widodo, Z. D. (2022). *Pengaruh Iklan Media Elektronik , Brand Ambassador dan , Brand Image Terhadap Minat Beli (Studi Kasus Konsumen Mie Lemonilo di Kota Surakarta)*. 7(2).
- Hardisman. (2021). *Analisis Partial Least Square Structural Equation Modelling (PLS-SEM)*. CV Bintang Semesta Media.
- Hendayana, Y., & Afifah, N. (2021). Pengaruh Brand Ambassador dan Korean Wave Terhadap Minat Beli Online Melalui Marketplace Tokopedia. *Kinerja*, 3(1), 32–46. <https://doi.org/10.34005/kinerja.v3i1.1285>
- Hendrik, H. (2020). Pengaruh Produk dan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Yamaha Jupiter MX (Studi Pada Anggota Komunitas Yamaha Jupiter MX Surabaya). *Jurnal Bisnis Corporate*, 5(2), 81–86. <https://doi.org/10.46576/jbc.v5i2.1088>
- Irawan, A. W., Zaini, O. K., & Elisa, P. (2022). The Effect of Advertising and Brand Ambassador on The Purchase Decision of Sunsilk Sampo (Survey on Students of FEB UNPAK Management Program). *Applied Accounting and Management Review (AAMAR)*, 1(1), 01. <https://doi.org/10.32497/aamar.v1i1.3895>
- Irwansyah Putra, & Audrey Faiq Sabillah. (2022). The Effect Of Advertising And Store Atmosphereon The Purchase Decision Ondialog Coffee Deli Serdang. *International Journal Of Humanities Education and Social Sciences (IJHESS)*, 2(2), 363–369. <https://doi.org/10.55227/ijhess.v2i2.248>
- Iswanto, A. F., & Sanaji, S. (2021). Pengaruh Perbedaan Karakteristik Brand Ambassador terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Ruangguru. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 9(1), 380. <https://doi.org/10.26740/jim.v9n1.p380-391>
- Jamarnis, S., & Susanti, F. (2019). *Pengaruh Harga dan Periklanan Melalui Internet Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sabun Merek Lux Pada Mahasiswa STIE “KBP” Padang*.

<https://doi.org/https://doi.org/10.31227/osf.io/xz3d8>

- Jannah, A. R. (2022). *NCT Dream 's Role as a Brand Ambassador Through Buying Interest in the Purchase Decision of Lemonilo Noodles in Bekasi City*. 4(1), 1–10.
- Kerr, G., & Richards, J. (2021). Redefining Advertising in Research and Practice. *International Journal of Advertising*, 175–198. <https://doi.org/10.1080/02650487.2020.1769407>
- Kharisma, L., & Hutasuhut, S. (2019). *Peran Mediasi Minat Beli Pada Pengaruh Brand Ambassador dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian*. 8(3), 197–215.
- Kolinug, M. S., Mananeke, L., & Tampenawas, J. L. A. (2022). Pengaruh Brand Ambassador dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Revlon (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Sam Ratulangi). *Jurnal Riset Ekonomi Manajemen Bisnis Dan Akuntansi*, 10(3), 101–111.
- Kuspriyono, T. (2018). Pengaruh Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Apartemen Meikarta. *Cakrawala*, XVIII(1), 59–66.
- Masriyah, R. A., Nurhasan, R., & Kurniawan, D. A. (2022). Analisis Faktor-Faktor yang Mendorong Keputusan Pembelian Konsumen Produk Edukasi PT . Tigaraksa Satria di Garut. *Journal of Knowledge Management*, 16(1), 034–042.
- Muhiban, A., & Putri, E. K. (2022). Pengaruh Tampilan Produk dan Electronic Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Pada E-commerce Shopee (Studi Kasus Konsumen Shopee di PT. Gucci Ratu Textile Kota Cimahi). *Jurnal Ekonomi Dan Manajemen Teknologi*, 6(2), 249–266. <https://doi.org/10.35870/emt.v6i2.633>
- Mulia, H., & Risnawati, L. (2020). Pengaruh Iklan dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Studi Kasus Pada CV Cemilan Kunik Garut. *Eqien: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 7(2), 29–37. <https://doi.org/10.34308/eqien.v7i2.135>
- Murjiati, W. (2022). Pengaruh Iklan Pada Aplikasi Tik Tok Terhadap Minat Beli Mahasiswa Manajemen Bisnis Syariah IAIN Palopo. *Dinamis : Journal of Islamic Management and Bussiness*, 4(1), 37–44. <https://doi.org/10.24256/dinamis.v4i1.3411>
- Mustika, D. O., Zulkarnain, & Garnasih, R. L. (2019). Pengaruh Selebriti Pendukung (Celebrity Endorser) Iklan Kecap Manis Indofood Terhadap Minat Beli dan Keputusan Pembelian di Kota Pekanbaru. *Jurnal Tepak Manajemen Bisnis*, XI(3), 487–506.
- Naomi, I. P., & Ardhiyansyah, A. (2021). *Pengaruh Brand Ambassador Terhadap*

Brand Image Pada E-commerce Indonesia. 1(1), 38–44.

- Nasution, A. E., Pratami, L., Muhammad, P., & Lesmana, T. (2019). *Analisis Pengaruh Harga , Promosi , Kepercayaan dan Karakteristik Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada 212 Mart di Kota Medan. 1(1), 165–173.*
- Nofriyanto, R., Rahmidani, R., & Cerya, E. (2019). Pengaruh Iklan Televisi Dan Desain Kemasan Terhadap Keputusan Pembelian Sabun Pembersih Wajah Biore pada Mahasiswa Universitas Negeri Padang. *Jurnal Ecogen, 1(4), 905.* <https://doi.org/10.24036/jmpe.v1i4.5670>
- Nurmawati. (2018). *Perilaku Konsumen & Keputusan Pembelian* (Amirullah (ed.); Cetakan Ke). Media Nusa Creative.
- Okta Lista, S., & Jamiat, N. (2022). The Influence of Brand Ambassdor Agnez Mo on Lazada Consumer Purchase Intention in Bandung City. *Udayana Journal of Social Sciences and Humanities (UJoSSH), 5(2), 86.* <https://doi.org/10.24843/UJoSSH.2021.v05.i02.p06>
- Osak, D. J., & Pasharibu, Y. (2020). Pengaruh Brand Ambassador dan Tagline Terhadap Keputusan Pembelian Online Dengan Mediasi Brand Ambassador. *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana, 4(4), 357.* <https://doi.org/10.24843/EEB.2020.v09.i04.p04>
- Panjaitan, R. (2018). *Manajemen Pemasaran* (Sukarno (ed.)). Penerbit Sukarno Pressindo.
- Paramita, R. W., Rizal, N., & Sulistyan, R. B. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif: Buku Ajar Perkuliahan Metodologi Penelitian Bagi Mahasiswa Akuntansi & Manajemen.* Widya Gama Press.
- Penuju, R. (2019a). *Komunikasi Pemasaran* (Cetakan 1). Kencana (Divisi dari PRENADAMEDIA Group).
- Penuju, R. (2019b). *Komunikasi Pemasaran* (Cetakan Ke). Kencana (Divisi dari Prenadamedia Group).
- Prakoso, H. D. (2019). *The Effect of Advertising, Brand Trust, and Brand Image to Purchase Intention (A Study on Indihome Indonesia Customers in Malang).*
- Prasetyo, P. E., & Utama, A. (2019). Brand Ambassador dan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Yang di Mediasi Oleh Citra Merek (Studi Kasus Pada XL Axiata di Pelajar dan Mahasiswa Yogyakarta). *Jurnal Manajemen Bisnis Indonesia (JMBI), 7(5), 458–466.*
- Pratiwi, A. A., & Sulistyowati, R. (2022). Pengaruh Brand Ambassador dan Consumer Preference terhadap Keputusan Pembelian Skincare Whitelab (Studi pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri

- Surabaya). *JIIP - Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 5(9), 3298–3304. <https://doi.org/10.54371/jiip.v5i9.844>
- Priantana, A. P., & Istiyanto, S. B. (2019). Strategi Manajemen Brand Ambassador Artis pada Industri Kuliner di Purwokerto. *Warta ISKI*, 2(02), 133–139. <https://doi.org/10.25008/wartaiski.v2i02.38>
- Purwati, A. A., Siahaan, J. J., & Hamzah, Z. (2019). Analisis Pengaruh Iklan, Harga dan Variasi Produk terhadap Keputusan Pembelian di Toko Rumah Mebel Pekanbaru. *Jurnal Ekonomi KIAT*, 30(1), 20. [https://doi.org/10.25299/kiat.2019.vol30\(1\).3870](https://doi.org/10.25299/kiat.2019.vol30(1).3870)
- Purwati, A., & Cahyanti, M. M. (2022). *Pengaruh Brand Ambassador dan Brand Image Terhadap Minat Beli Yang Berdampak Pada Keputusan Pembelian*. 11(1), 32–46.
- Rahayu, N. C., & Jamiat, N. (2021). *The Influence of Brand Ambassador BTS (Bangtan Seoyeondan) on Tokopedia Consumer Purchase Intention in Bandung City*. 5(2), 81–85.
- Rahmawati, R., Jatmiko, R. D., & Sa'diyah, C. (2022). The Effect of Brand Ambassador, Website Quality, and E-WOM on Purchase Decision in Shopee E-commerce. *Jurnal Maksipreneur: Manajemen, Koperasi, Dan Entrepreneurship*, 12(1), 218. <https://doi.org/10.30588/jmp.v12i1.1023>
- Rangian, M. C., Wenas, R. S., & Lintong, D. C. A. (2022). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga dan Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk MS Glow Skincare Di Kota Tomohon. *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 10(3), 284. <https://doi.org/10.35794/emba.v10i3.41948>
- Rifa'i, M. (2019). *Manajemen Organisasi Pendidikan* (M. P. Muhammad Fadli (ed.); Cetakan Ke). CV. Humanis.
- Salim, H. S., Goh, T. S., & Margery, E. (2022). Pengaruh Komunikasi Pemasaran Dan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Di PT. Furnilux Indonesia. *Jurnal Bisnis Kolega*, 8(1). <https://doi.org/10.57249/jbk.v8i1.75>
- Saputra, R. (2018). *Pengaruh Iklan dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Konsumen Produk Merek Honda (Survei Konsumen Pada Dealer CV. Cempaka Motor di Kabupaten Sijunjung)*. 5(1).
- Sari, S. P. (2020). Hubungan Minat Beli Dengan Keputusan Pembelian Pada Konsumen. *Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 8(1), 147–155. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.30872/psikoborneo.v8i1.4870>
- Sasongko, G. A., & Setyawati, H. A. (2022). Pengaruh Brand Ambassador, Daya Tarik Iklan, dan Product Packaging Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah Exclusive Matte Lip Cream. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa*

- Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi (JIMMBA)*, 4(4), 488–501.
<https://doi.org/10.32639/jimmba.v4i4.135>
- Selly, S., Lie, D., Efendi, E., & Nainggolan, N. T. (2019). Pengaruh Iklan dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Situs Belanja Online Lazada (Studi Kasus Pada Mahasiswa Semester VI Program Studi Sarjana Manajemen STIE Sultan Agung). *Sultanist: Jurnal Manajemen Dan Keuangan*, 7(1), 46–55. <https://doi.org/10.37403/sultanist.v7i1.136>
- Setiawan, B., & Rabuani, C. C. (2019). Pengaruh Iklan dan Endorser terhadap Brand Awareness Serta Dampaknya pada Keputusan Pembelian. *Riset*, 1(1), 001–015. <https://doi.org/10.35212/277621>
- Situmorang, P. A., Adlina, H., & Siregar, O. M. (2022). The Influence Of Brand Ambassador and Brand Image On Purchase Decision For L'oreal Paris Products in Medan City. *Jurnal Ekonomi Kreatif Dan Manajemen Bisnis Digital*, 1(2), 105–117. <https://doi.org/10.55047/jekombital.v1i2.283>
- Solihin, D. (2020). Pengaruh Kepercayaan Pelanggan Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Online Shop Mikaylaku Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Mandiri : Ilmu Pengetahuan, Seni, Dan Teknologi*, 4(1), 38–51. <https://doi.org/10.33753/mandiri.v4i1.99>
- Sriyanto, A., & Kuncoro, A. W. (2019). 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). *Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 8(1), 21–34.
- Sugiyono, P. D. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Cetakan ke). Alfabeta.
- Suhandi, S. (2020). Pengaruh Iklan dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Produk Lipstik Merek Wardah. *Jurnal Manajemen STIE Muhammadiyah Palopo*, 6(2), 75. <https://doi.org/10.35906/jm001.v6i2.605>
- Susanto, R. (2021). Pengaruh Harga dan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian. *JABE (Journal of Applied Business and Economic)*, 7(4), 450. <https://doi.org/10.30998/jabe.v7i4.10038>
- Susilawati, A. D., Hanfan, A., & Anugrah, F. H. (2021). Pengaruh Brand Image, Brand Ambassador, Word of Mouth dan Testimony in Social Media Terhadap Keputusan Pembelian (Survey Pada Toko Hijab Sultahan Di Kota Tegal). *Jurnal Ekonomi Dan Ilmu Sosial*, 6(Pebruari), 35–43.
- Syafi'i, M. A., Arifin, R., & Mustapita, A. F. (2022). Pengaruh Brand Ambassador, Review Online Youtube, Pengalaman Belanja Online, Persepsi Kemudahan, dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Beli Di Tiket.Com Pada Masa Pandemi Covid-19 Di Kota Malang. *Jurnal Riset Manajemen*, 120–130.

- Terry, G. R., & Rue, L. W. (2019). *Dasar-Dasar Manajemen*. Bumi Aksara.
- Tirsa, C., Lena, M., & Susanti, E. D. (2023). *Pengaruh Social Media Marketing dan Brand Ambassador Terhadap Minat Beli Nacific Dimasa Pandemi Covid-19: Studi Kasus Konsumen Nacific di Indonesia*. 5(2), 982–996. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v5i2.1505>
- Tyassari, P., Wulandari, W., & Hastuti, T. (2022). Analisis Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek Smartphone Merek Oppo Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli Sebagai Variabel Intervening. *Conference on Economic and Business Innovation*, 35, 2049–2063.
- Wijaya, S. A., Cahyono, A. E., & Irhamniah, S. U. (2022). Pengaruh Penggunaan Iklan dan Brand Ambassador Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Layanan Bimbel Online. *Jurnal Pendidikan Ekonomi (JUPE)*, 10(3), 277–282. <https://doi.org/10.26740/jupe.v10n3.p277-282>
- Wulandari, A., Purwati, A. A., & Alfani, M. H. (2019). Pengaruh Brand Awareness, Harga, dan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Teh Pucuk Harum Pada Mahasiswa/i Pelita Indonesia Pekanbaru. *Jurnal Ilmiah Manajemen*, 7(2), 238–249.
- Wulandari, C. (2019). Pengaruh Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Oppo F3 di Samarinda. *Jurnal Ilmu Manajemen Mulawarman (JIMM)*.
- Yunasetiani, Maskur, & Yulianti, F. (2020). *Pengaruh Choi Siwon Sebagai Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian PT Wings Surya Banjarmasin (Studi terhadap pembeli Mie Sedaap di Banjarmasin)*. 1.
- Yuseval, M. A. C., Rahman, S., & Amin, A. M. (2022). *Branda Awareness As a Mediation Of The Influence Of Brand Ambassador, Tagline on Purchase Decision on Downy Colorful Product And Fabricants*. 2(3).
- Zailani, A. (2022). Hubungan Efektivitas Iklan Televisi dan citra Merek Kopi “White Coffee” Pada Minat Beli Masyarakat Desa Kalisoro Kecamatan Tawamangu Karanganyar. *Journal Economina*, 1(1).
- Zhahir, B., & Widayanto. (2019). Pengaruh Kualitas Produk dan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli Sepeda Motor Yamaha NMAX (Studi kasus pada Dealer Yamaha Bahana Pekalongan). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 8(1), 1–9. <https://doi.org/https://doi.org/10.14710/jiab.2019.22761>