

## DAFTAR PUSTAKA

- Alma, B. (2017). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Alfabeta.
- Ansofino. (2016). *Ajar Ekonometrika*. Deepublish.
- Arikunto, S. (2017). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Cetakan Kelimabelas. PT Asdi Mahasatya.
- Buchory, A. H. & S. D. (2016). *Manajemen Pemasaran; Edisi Pertama*. Linda Karya.
- Ghozali, I. (2015). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Handayani, F., & Bawono, A. (2020). *Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Brand Image Produk Roti Breadtalk Di Jakarta*. 26–36.
- Hasibuan, M. (2016). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Bumi Aksara.
- Hufron, M. (2018). *Pengaruh Brand Ambassador Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Brand Image Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Mahasiswa Pengguna OPPO Smartphone Di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Jurusan Manajemen Universitas Islam Malang)*. 1–11.
- Kanuk, L. L. (2016). *Perilaku Konsumen.Indonesia*. PT Macanan Jaya Cemerlang.
- Kharisma, L. (2019). *Peran Mediasi Minat Beli Pada Pengaruh Brandambassador Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian*. 8(3), 197–215.
- Kotler, Philip and Amstrong, G. (2014). *Principle of Marketing. 15th Edition*. Prentice-Hall Published.
- Kotler, Philip and Amstrong, G. (2016). *“Dasar-Dasar Pemasaran”*. Alih Bahasa oleh Alexander Sindoro dan Tim Mark Plus, Edisi Kesembilan. Indeks Gramedia Jakarta.
- Kotler, Philip and Keller, K. L. (2014). *Manajemen Pemasaran, Jilid I dan II, Edisi ke-11*. PT Indeks Kelompok Gramedia.
- Kotler, Philip and Keller, K. L. (2015). *Marketing Management (15th Edition ed.)*. Pearson Education, Inc.
- Kotler, Philip and Keller, K. L. (2016). *No Title Marketing Management, 15th Edition, Pearson Education, Inc.*
- Lovelock, C. et. al. (2017). *Pemasaran Jasa, Edisi 7, Jilid 2*. Erlangga.

- Made, N., & Rani, D. (2020). *Pengaruh Brand Image, Green Marketing Strategy, Dan Emotional Desire Terhadap Keputusan Pembelian Produk Mcdonald's*. 5(1), 69–79.
- Mudiantono. (2016). *Analisis Pengaruh Brand Ambassador, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Brand Image Serta Dampaknya Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Konsumen Face Care Garnier Di Kota Semarang)*. 5, 1–12.
- Riduwan. (2017). *Metode dan Teknik Menyusun Proposal Penelitian*. Alfabeta.
- Saridewi, M. (2017). *Pengaruh Brand Ambassador (Visibility, Creadibility), dan Celebrity Endorsement terhadap Brand Image Produk Batam Ogura Pada Mahasiswa Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Maritim Raja Ali Haji*. 1–15.
- Soepono, D. (2019). *Pengaruh Brand Ambassador Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pt. Telesindo Shop Sebagai Distributor Utama Telkomsel Di Manado*. 7(4).
- Soesanto, H. (2019). *Analisis Pengaruh Kualitas Produk Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Brand Image Sebagai Variabel Intervening*. 8, 58–69.
- Solahuddin, S. (2017). *Analisis Jalur*. PT Reneka Cipta.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Manajemen*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D (Edisi Revisi)*. Alfabeta.
- Sunyoto. (2018). *Dasar-dasar manajemen pemasaran*. CAPS (Canter for Academic Publishing Service).
- Supardi. (2017). *Statistik Penelitian Pendidikan*. PT Rajagrafindo Persada.
- Supriyadi. (2017). *Pengaruh Kualitas Produk Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Mahasiswa Pengguna Produk Sepatu Merek Converse di Fisip Universitas Merdeka Malang)*. 74–85.
- Taklim, R. (2019). *Pengaruh Brand Ambassador Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha Mio M3 125 Dengan Brand Image Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Putra Indonesia "YPTK" Padang)*. 1(1).
- Tjiptono, F. (2016). *Pemasaran*. CV. ANDI OFFSET.
- Yudiaatmaja, F. (2017). *Analisis Jalur*. PT Rajagrafindo Persada.
- Zeithmal, V. (2016). *Service Marketing (Edisi 5)*. Hill International Edition.