

DAFTAR PUSTAKA

- Agnes Dwita Susilawati, Ahmad Hanfan, & Fetalia Haryanti Anugrah. (2021). Pengaruh *Brand Image*, *Brand Ambassador*, *Word of Mouth* dan Testimony In Social Media terhadap Keputusan Pembelian Hijab Sulthanah di Kota Tegal. *DIALEKTIKA: Jurnal Ekonomi Dan Ilmu Sosial*, 6(1). <https://doi.org/10.36636/dialektika.v6i1.470>
- Ahyar, & Hikmatul, N. (2020). *Ahyar, H., Maret, U. S., Andriani, H., Sukmana, D. J., Mada, U. G., Hardani, S.Pd., M. S., Nur Hikmatul Auliya, G. C. B., Helmina Andriani, M. S., Fardani, R. A., Ustiawaty, J., Utami, E. F., Sukmana, D. J., & Istiqomah, R. R. (2020). Buku Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif (Issue March).*
- Arum Rifda. (2022). <https://www.gramedia.com/best-seller/bahaya-terlalu-sering-makan-Mie-istan/>. Gramedia Blog.
- Aswad, S., Realize, R., & Wangdra, R. (2018). PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PENGGUNA AIR BERSIH MASYARAKAT KAMPUNG AIR BATAM CENTER. *JIM UPB (Jurnal Ilmiah Manajemen Universitas Putera Batam)*, 6(2). <https://doi.org/10.33884/jimupb.v6i2.681>
- Babin, B. J., Lee, Y., Kim, E., & Griffin, M. (2005). Modeling consumer satisfaction and word-of-mouth: restaurant patronage in Korea. *Journal of Services Marketing*, 19(3), 133–139. <https://doi.org/10.1108/08876040510596803>
- Dwi Indah Utami, & Hidayah, N. (2022). PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK, DAN *BRAND AMBASSADOR* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SCARLETT. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 1(04), 102–111. <https://doi.org/10.56127/jukim.v1i04.159>
- Ferdiana Fasha, A., Rezqi Robi, M., & Windasari, S. (2022a). 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>
- Ferdiana Fasha, A., Rezqi Robi, M., & Windasari, S. (2022b). 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>

- Firmansyah, A. (2019). *PEMASARAN PRODUK DAN MEREK (PLANNING & STRATEGY)* (Q. Media, Ed.). CV. PENERBIT QIARA MEDIA.
- Ghadani, A., Muhar, A. M., & Sari, A. I. (2022a). Pengaruh *Brand Ambassador* dan *Brand Image* terhadap keputusan pembelian di shopee dengan mediasi brand awareness. *Insight Management Journal*, 2(3), 110–118. <https://doi.org/10.47065/imj.v2i3.200>
- Ghadani, A., Muhar, A. M., & Sari, A. I. (2022b). Pengaruh *Brand Ambassador* dan *Brand Image* terhadap keputusan pembelian di shopee dengan mediasi brand awareness. *Insight Management Journal*, 2(3), 110–118. <https://doi.org/10.47065/imj.v2i3.200>
- Habir, H., Zahara, Z., & Farid, F. (2020). PENGARUH CITRA MEREK DAN *WORD OF MOUTH* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR YAMAHA. *Jurnal Ilmu Manajemen Universitas Tadulako (JIMUT)*, 4(3), 211–218. <https://doi.org/10.22487/jimut.v4i3.123>
- Hariyanto, R. C., & Wijaya, A. (2022). Pengaruh *Brand Ambassador*, *Brand Image* dan Brand Awareness terhadap Purchase Decision. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 4(1), 198. <https://doi.org/10.24912/jmk.v4i1.17192>
- Kurniawan, A. (2019). *Metode Riset untuk Ekonomi dan Bisnis (Teori, Konsep dan Praktik Penelitian Bisnis)*. Alfabeta.
- Kusuma Wardani, A. A., & Istiyanto, B. (2022a). PERAN *BRAND AMBASSADOR*, *BRAND IMAGE*, DAN HARGA TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN (STUDI KASUS CO-BRANDING SAMSUNG X BTS). *JURNAL ILMIAH EDUNOMIKA*, 6(1), 551. <https://doi.org/10.29040/jie.v6i1.4645>
- Kusuma Wardani, A. A., & Istiyanto, B. (2022b). PERAN *BRAND AMBASSADOR*, *BRAND IMAGE*, DAN HARGA TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN (STUDI KASUS CO-BRANDING SAMSUNG X BTS). *JURNAL ILMIAH EDUNOMIKA*, 6(1), 551. <https://doi.org/10.29040/jie.v6i1.4645>
- Larassati, A., & Siswoyo, S. T. (2021). Pengaruh Kepercayaan, Pengalaman Berbelanja, Penilaian Konsumen dan Kemudahan Penggunaan Aplikasi Belanja Online Lazada terhadap Keputusan Pembelian pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Angkatan 2017 Universitas Muhammadiyah Metro. *Jurnal Manajemen DIVERSIFIKASI*, 1(2), 377–390. <https://doi.org/10.24127/diversifikasi.v1i2.647>
- Liya, I., Karmila, K., Budiono, H., & Sanjaya, V. F. (2021). Pengaruh hallyu wave, *Brand Ambassador*, *Brand Image* dan wom terhadap keputusan pembelian pada

- Mie sedap selection korean spicy chicken. *REVENUE: Jurnal Manajemen Bisnis Islam*, 2(1), 11–26. <https://doi.org/10.24042/revenue.v2i1.7700>
- Miranda, P. (2021). Pengaruh *Brand Ambassador*, *Brand Image*, dan Brand Awareness Terhadap Purchase Decision MS Glow di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 10(1).
- Muzakki, R. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pasien Rawat Jalan Pada UPTD Puskesmas Pringsewu Kab.Pringsewu. *IBI DARMAJAYA Bandar Lampung*, 1.
- Paramitha. (2017). *Buku Sakti Kuasai SPSS Pengelolaan data dan Analisis data*. Yogyakarta : Start Up.
- Paramitha, M. P. (2021). Pengaruh *Brand Ambassador*, *Brand Image*, dan Brand Awareness Terhadap Purchase Decision MS Glow di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB UB*, 10(1).
- Prasetyo, A. (2022). The Role of *Brand Ambassador* and Electronic Word-of-Mouth in Predicting Purchase Intention. *JURNAL DINAMIKA MANAJEMEN*, 14(1), 1–21.
- Purnama, L. W., & Novitasari, D. (2022). *BRAND IMAGE PEMEDIASI PENGARUH ADVERTISING DAN BRAND AMBASSADOR IDOL K-POP PADA KEPUTUSAN PEMBELIAN DI TOKOPEDIA*. *Jurnal Riset Akuntansi Dan Bisnis Indonesia*, 2(2). <https://doi.org/10.32477/jrabi.v2i2.476>
- Purwati, A., & Cahyanti, M. M. (2022). Pengaruh *Brand Ambassador* Dan *Brand Image* Terhadap Minat Beli Yang Berdampak Pada Keputusan Pembelian. *IQTISHADUNA: Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita*, 11(1), 32–46. <https://doi.org/10.46367/iqtishaduna.v11i1.526>
- Putra, M. (2020). PENGARUH DIMENSI *BRAND AMBASSADOR* TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 8(2).
- Putri Utami, S., Setyowati, N., & Mandasari, P. (2020). Celebrity *Brand Ambassador* and e-WOM as Determinants of Purchase Intention: A Survey of Indonesian Celebrity Cake. *E3S Web of Conferences*, 142, 05001. <https://doi.org/10.1051/e3sconf/202014205001>
- Putri, W., & Harti, H. (2022). Pengaruh *Brand Image* Dan *Brand Ambassador* Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Kepercayaan Konsumen Pada Produk Scarlett. *Jurnal Dimensi*, 11(2), 346–363. <https://doi.org/10.33373/dms.v11i2.4143>

- Qurtubi, Gisyta Amanda Yudhistira, Melinska Ayu Febrianti, Ira Promasanti Rachmadewi, & Hari Purnomo. (2022). The Role of e-Commerce: A Systematic Literature Review. *International Journal of Interactive Mobile Technologies (IJIM)*, 16(13), 118–129. <https://doi.org/10.3991/ijim.v16i13.30611>
- Rahmawati, A., Prihastuti, R., & Aziz, A. (2018). PENGARUH KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP REPURCHASE INTENTION. *INTUISI JURNAL PSIKOLOGI ILMIAH*, 10(no 3), 293–298.
- Rinaja, A. F., Udayana, I. B. N., & Maharani, B. D. (2022). Pengaruh Online Customer Review, *Word Of Mouth*, and Price Consciousness Terhadap Minat Beli Di Shopee. *Publik: Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia, Administrasi Dan Pelayanan Publik*, 9(3), 435–448. <https://doi.org/10.37606/publik.v9i3.345>
- Sari Dewi, L. G. P., Edyanto, N., & Siagian, H. (2020). The Effect of *Brand Ambassador*, *Brand Image*, and Brand Awareness on Purchase Decision of Pantene Shampoo in Surabaya, Indonesia. *SHS Web of Conferences*, 76, 01023. <https://doi.org/10.1051/shsconf/20207601023>
- Satria, E. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pasien (Studi Kasus di Puskesmas Kecamatan Depati VII Kabupaten Kerinci). *J-MAS (Jurnal Manajemen Dan Sains)*, 6(1), 78. <https://doi.org/10.33087/jmas.v6i1.230>
- Sugiarto. (2017). *Metodologi Penelitian Bisnis* (Yeskha, Ed.; Vol. 1). ANDI.
- Sugiyono. (2018a). *Metode penelitian kuantitatif* (Cet. 1). Alfabeta.
- Sugiyono. (2018b). *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Alfabeta.
- Suharsimi, A. (1995). *Manajemen Penelitian*. Rineka Cipta.
- Sujarweni, W. (2020). *Metodologi penelitian bisnis & ekonomi*.
- Sumardy, & Silviana, M. (2011). *Rest in Peace Advertising Killed By The Power of Word Of Mouth Marketing*. Gramedia Pustaka utama.
- Winalda, I. T., & Sudarwanto, T. (2021). PENGARUH *WORD OF MOUTH* DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI RUMAH MAKAN BEBEK SINJAY BANGKALAN. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 10(1), 1573–1582. <https://doi.org/10.26740/jptn.v10n1.p1573-1582>