

DAFTAR PUSTAKA

- Ac, A. M., Haryanti, N., & Putri, I. N. K. (2023). *The Influence of Brand Ambassadors and Promotions on Purchase Decisions Through Brand Image as an Intervening Variable in Tokopedia E-Marketplace in East Java. International Journal of Social Science and Business*, 7(3), 519–530.
- Ali, M. M., Hariyati, T., Pratiwi, M. Y., & Afifah, S. (2022). Metodologi Penelitian Kuantitatif Dan Penerapan Nya Dalam Penelitian. *Education Journal*, 2.
- Andriani, N. (2023). Manajemen Merek Strategi Dan Pengembangannya (1st ed.). *Eurika Media Aksara*.
- Anwar, S. (2014). Metode Penelitian. *Pustaka Pelajar*.
- Archie, A., & Eriyanti, L. R. (2021). Pengaruh Promosi Dan *Brand Image* Terhadap Keputusan pembelian Produk *Watchout* Di Kota Pontianak. *Jurnal Produktivitas*, 8, 340–348. www.openjurnal.unmuhpnk.ac.id/index.php/jp
- Chandrawati, V. H., & Setiawati, C. I. (2021). Pengaruh Promosi dan *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian Pada Saat Kondisi Covid-19. 8(5), 6461–6474.
- Elvina, A., Nugroho, N., Hutabarat, F. A. M., Ivone, & Ciamas, E. S. (2021). Pengaruh *Brand Ambassador* Terhadap Keputusan Pembeli (Di Platform E-Commerce Shopee Dan Tokopedia). *Ekonomi, Keuangan, Investasi Dan Syariah (EKUITAS)*, 3(1), 12–16. <https://doi.org/10.47065/ekuitas.v3i1.1021>
- Fakhrudin, A., Roellyanti, M. V., & Awan. (2022). Bauran Pemasaran (1st ed.). *Penerbit Deepublish*.
- Febrianty, E., Pudjoprastyono, H., & Ariescy, R. R. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek dan Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Iphone: *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 6(2), 2870–2881. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v6i2.4227>
- Firmansyah, A. (2020). Komunikasi Pemasaran (1st ed.). CV. *Penerbit Qiara Media*.
- Firmansyah, M. A. (2020). Pemasaran Produk dan Merek (*Planning & Strtegy*) (Q. Media (ed.); 1st ed.). CV. *Penerbit Qiara Media*.
- Freddy Pandapotan Simbolon, Elvira Rossi Handayani, & Menik Nugraedy. (2020). *The Influence of Product Quality, Price Fairness, Brand Image, and Customer Value on Purchase Decision of Toyota Agya Consumers: A Study of Low Cost Green Car*. 187–188.
- Ghadani, A., Muhar, A. M., & Sari, A. I. (2022). 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>.
- Ghozali, I. (2011). Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS. *Universitas Diponegoro*.
- Karinina, S. T., & Rustam, T. A. (2023). Pengaruh Promosi, Kemudahan Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Lazada (Studi Kasus Di Tiban Indah). *ECo-Buss*, 5(3), 831–843. <https://doi.org/10.32877/eb.v5i3.618>
- Kojongian, A. S. ., Tumbel, T. M., & Walangitan, O. (2022). Pengaruh Variasi

- Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Careofyou.id Pada Media Sosial Instagram. *Productivity*, 3(2), 157–161.
- Kolinug, M. S., Mananeke, L., & Tampenawas, J. (2022). Pengaruh *Brand Ambassador* Dan *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Revlon (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Sam Ratulangi). *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 10(3), 101. <https://doi.org/10.35794/emba.v10i3.41293>
- Kumbara, V. B. (2021). Determinasi Nilai Pelanggan Dan Keputusan Pembelian: Analisis Kualitas Produk, Desain Produk Dan *Endorse*. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 2(5), 604–630. <https://doi.org/10.31933/jimt.v2i5.568>
- Lestari, R. D., Farida, U., & Purwaningrum, T. (2023). Pengaruh *Brand Ambassador*, *Electronic Word Of Mouth*, Dan Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Pengguna Marketplace Tokopedia Di Magetan). *Jurnal Cakrawala Ilmiah*, 2(11), 4241–4252.
- Lukitaningsih, A., & Lestari, F. (2023). Pengaruh *Brand Image*, *Brand Trust* dan *Brand Ambassador* terhadap Keputusan Pembelian Produk Smartphone. *Forum Ekonomi: Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntans*, 25(1), 89–96.
- Meliantari, D. (2023). Produk Dan Merek. *Eurika Media Aksara*.
- Mustafa, R., & Setiawan, P. Y. (2022). Pengaruh Kewajaran Harga, Kualitas Produk, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian. 11(5), 927–947.
- Omar, Y. R., & Abimanyu. (2023). Pengaruh Korean Wave Dan *Brand Ambassador* Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Citra Merek Pada Bukalapak. *PPIMAN : Pusat Publikasi Ilmu Manajemen*, 3, 1–11.
- Priyanto, D. (2013). Mandiri Belajar Analisis Data dengan SPSS. *Mediakom*.
- Razak, M. (2020). Perilaku Konsumen. In *Sustainability (Switzerland)* (2nd ed.). Alauddin University Press.
- Sudiastari, N. K. T., & Hartati, P. S. (2022). Pengaruh *Product Quality* dan *Price Fairness* Terhadap Keputusan Pembelian Reseller Jordan Bakery pada PT. Nusa Kahyangan Asri Di Ketewel, Sukawati, Gianyar. *Widya Amrita: Jurnal Manajemen, Kewirausahaan, Dan Pariwisata*, 2(2), 319–330.
- Sugiyono. (2022). Metode Penelitian Manajemen.
- Sugiyono, & Susanto, A. (2015). Cara Mudah Belajar SPSS & Lisrel. *ALFABETA*.
- Sukmawati, S. P., & Fitriyah, Z. (2021). Efek *Brand Ambassador* Dan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian (1st ed.). CV. Mitra Abisatya.
- 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 Sulthanah Di Kota Tegal). *DIALEKTIKA : Jurnal Ekonomi Dan Ilmu Sosial*, 6(1), 1–13.
- Syarifudin. (2020). Citra Merek Dan Dampaknya. In *Sustainability (Switzerland)* (1st ed.). Unimal Press.
- Tantowi, B. F., & Saino. (2021). Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Eiger (Studi di Outlet Eiger Manyar Surabaya). *Jurnal Pendidikan Tata Niaga*, 9(1), 1076–1082.
- Uluwiyah, A. N. (2022). Strategi Bauran Promosi (*Promotional Mix*) Dalam Meningkatkan Kepercayaan Masyarakat. In B. Kurniawan & S. Fatimah (Eds.). CV. Multi Pustaka Utama.