

## DAFTAR PUSTAKA

- Amelfdi, & Fransisca. (2021). Pengaruh Brand Awareness, Brand Image, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian. *PERFORMA: Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*. Vol 5 no. 6, 473-483.
- Amin, et al. (2023). Konsep Umum Populasi Dan Sampel Dalam Penelitian. *Jurnal Kajian Islam Kontemporer*, 15-31.
- Anggraeni, & Amali. (2023). The influence of NCT dream as somethinc brand ambassador on the fandom purchase decision. *Proceeding Symposium of Literature, Culture, and Communication (SYLECTION)* Volume 03, No 01, pp. 114-122.
- Arianti, & Andira. (2021). Pengaruh Brand Image dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, vol 4 no 1, 39-51.
- BPS. (2020). STATISTIK INDONESIA 2020. In Subdirektorat Publikasi dan Kompilasi Statistik (Ed.), Badan Pusat Statistik. Badan Pusat Statistik. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2015.00002>
- Deri, & Dede. (2022). Teknik Pengambilan Sampel Umum dalam Metodologi Penelitian. *Jurnal Ilmiah Pendidikan Holistik (JIPH)*, 85-114.
- Dwiyanti, E., Qomariah, N., & Tyas, W. M. (2018). Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Sains Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 8(2), 148–163.
- Firmansyah, M. A. (2019). Pemasaran Produk dan Merek: Planning dan Strategy. Pasuruan:Penerbit Qiara Media

Garut, & Purwanto. (2023). Pengaruh Influencer Marketing dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Kacang Dua Kelinci di Kota Surabaya.

*SEIKO : Journal of Management & Business*. Volume 6 Issue 1 (2023) Pages 657 – 663.

Ghozali, I. (2016). Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS 23 (8th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro: Semarang.

Harvina., et al. (2022). The Effect of Social Media Marketing on Brand Image, Brand Trust, and Purchase Intention of Somethinc Skincare Products in Surabaya. *Journal of Entrepreneurship & Business*, Vol. 3, No. 2, 104-115.

Herawati, & Putra. (2023). Pengaruh Brand Ambassador dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Azarine Cosmetic. *Journal on Education*. Volume 05, No. 02, pp. 4170-4178

Heri. (2020). Teknik Pengambilan Sampel. Yogyakarta. Surya Global Yogyakarta.

Hidayatullah., et al. (2023). Pengaruh Social Media Marketing, Influencer Marketing Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Pada Aplikasi Tiktok. *Jurnal Riset Manajemen*, Vol. 12. No. 02, 268-278.

Iis,Miati. (2020). Pengaruh Citra Merek (Brand Image) Terhadap Keputusan Pembelian Kerudung Deenay (Studi pada Konsumen Gea Fashion Banjar). *JURNAL ABIWARA* Vol. 1, No. 2, Maret 2020, pp. 71-83.

Immaculata, & Utami. (2021). Pengaruh Popularitas Brand Ambassador NCT 127 terhadap Minat Beli Produk Nu Green Tea. *Prologia* , EISSN 2598-0777 Vol. 5, No. 2, Oktober 2021, Hal 261-266.

Izani., et al. (2022). Efektivitas Nct Dream Sebagai Brand Ambassador Produk Somethinc Dalam Meningkatkan Kepercayaan Konsumen. *Jurnal Ilmu*

- Kolinung,. et al. (2021). The Effect Of Ambassador Brand And Brand Image On Revlon Cosmetic Purchase Decision (Case Study On Sam Ratulangi University Students). *Jurnal EMBA*. Vol.10 No.3, 101 – 111.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2012). Prinsip-prinsip Pemasaran (12th ed.). Erlangga: Jakarta.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2017). Prinsip-prinsip Manajemen Pemasaran (1st ed.). PT. Indeks: Jakarta
- Liu, & Wang. (2019). Interrelationships Between Viral Marketing And Purchase Intention Via Customer-Based Brand Equity. *Journal Of Business and Management Sciences*, 72-83.
- Millenium, et al.(2021). Pengaruh Digital Marketing Dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Pada Startup Bike Rental Bananaz Bali. *Jurnal IPTA (Industri Perjalanan Wisata)*, 173-177
- Nusrang, et al. (2023). Penerapan Metode Structural Equation Modelling-Partial Least Squares (SEM-PLS) Dalam Mengevaluasi Faktor-Faktor yang Mempengaruhi PDRB Di Indonesia. *Journal Universitas Negeri Makassar*, 543 -548.
- Putri, Listyorini, & Budianto. (2023). Pengaruh Influencer Marketing Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen Produk Pond's Di Kota Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, Vol. 12, No. 3, 922-934.
- Sugiyono. 2010. Metode Penelitian Kuantitatif & kualitatif. *Journal of Experimental Psychology: General*. CV ALFABETA.
- Valentin,& Nalurita. (2021). Pengaruh Brand Image Dan Beauty Vlogger Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Make Over Di Media Sosial (Instagram Dan Youtube). *JIMEN Jurnal Inovatif Mahasiswa Manajemen*, Vol 1 no 2, 169180.

Yani, & Yulianthini. (2023). Pengaruh Brand Image Dan Influencer Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlett Whithening Di Toko Kosmetik Beauty Shop Seririt. *Bisma: Jurnal Manajemen*, Vol. 9 No. 3, 285292.