

DAFTAR PUSTAKA

- Abdi Mirza. 2020. Analisis Pengaruh Celebrity Endorser/Brand Ambassador, Harga dan Desain Produk Yang Dimediasi Oleh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Di Online Shop Shopee. Jurnal Pendidikan, Akuntansi dan Keuangan. Vol.3. No.1. Banten.
- Alma, B. 2014. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Alfabeta. Bandung.
- Andini Rifqoh. 2020. Pengaruh Brand Ambassador dan Brand Image Terhadap Proses Keputusan Pembelian E-commerce Tokopedia. Jurnal Manajemen. Vol.8 . No. 4.
- Assauri,S. 2017. *Manajemen Pemasaran: Dasar, Konsep dan Strategi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Danang, Sunyoto. 2012. *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran Konsep, Strategi dan Kasus*. Yogyakarta: CAPS.
- Ghozali, Imam. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariete*. Badan Penerbit Universitass Diponegoro. Semarang.
- Grewal, D., Monroe, K., Krishnan, R., Boker, J. & Borin, N. 1998. "The Effect of Store Name, Brand Name and Price Discount on Consumers Evaluations and Purchase Intention". *Journal Retailing*. Vol.73(3), pp.331-352.
- Haryanti Fetalia. 2020. Pengaruh Brand Image, Brand Ambassador, Word Of Mouth dan Testimony In Social Media Terhadap Keputusan Pembelian Hijab Sulthanah. *Jurnal Ekonomi dan Ilmu Sosial*. Vol.6. No.1. Tegal.
- Ikhsan, Putra Muhammad., Suharyano dan Abdillah, Yusri. 2014. Pengaruh Brand Ambassador Terhadap Brand Image Serta Dampaknya Terhadap Keputusan Pembelian (Survey pada pengguna LINE di Asia). *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol.12, N0.1.
- Kotler dan Amstrong. 2012. *Prinsip-Prinsip Manajemen*. Erlangga. Jakarta.
- Kotler Philip dan Amstrong, Gary. 2012. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Edisi 13 Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P. & Amstrong, G. 2012. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Edisi 12. Penerbit Erlangga.

- Kotler, P. dan K.L. Keller. 2012. *Manajemen Pemasaran* Jilid 1 Edisi ke 12. Erlangga. Jakarta.
- Kotler, P. dan K.L. Keller. 2016. *Marketing Management*. Pearson Prentice Hall. New Jersey
- Lemeshow, Stanley, et al. 1990. *Adequacy Of Sample Size In Health Studies*. Edisi Terjemahan. Gajah Mada University Press. Yogyakarta.
- Lupiyoadi, Rambat. 2013. *Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kompetensi*. Edisi 3. Jakarta: Salemba Empat.
- Prawira, R. 2012. *Hubungan Karakteristik Brand Ambassador Honda Spacy Helm-in Dengan Tahapan Keputusan Pembelian Konsumen*. Jurnal Manajemen. Vol.1 . No. 1.
- Schiffman dan Kanuk. 2007. *Perilaku Konsumen*. Edisi kedua, Jakarta: PT.Indeks Gramedia
- Schiffman, Leon G dan Leslie Lazar Kanuk. 2007. *Perilaku Konsumen*. Edisi ke-7. Diterjemahkan oleh Zoelkifli Kasip. PT.Indeks, Jakarta.
- Soepono Djurwadi. 2019. *Pengaruh Brand Ambassador dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk PT. Telesindo Shop Sebagai Distributor Utama Telkomsel*. Jurnal EMBA. Vol.7, No.4. Manado.
- Sriyanto Agus. 2019. *Pengaruh Brand Ambassador, Minat Beli, dan Testimoni Terhadap Keputusan Pembelian*. Jurnal Ekonomika dan Manajemen, Vol.8, NO.1. Jakarta.
- Stanton, William J. 2013. *Prinsip Pemasaran*. Alih Bahasa oleh Buchari Alma. Jilid 1. Edisi ke-10. Jakarta:Erlangga.
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Alfabeta, Bandung:
- Suryadi. 2021. *Pengaruh Brand Ambassador, Brand Image, Promotion, dan Service Quality Terhadap Keputusan Pembelian*. Jurnal Manajemen Diversifikasi. Vol.1. No.4. Lampung.
- Sutarno dan Sutarso, Y. 2010. *Marketing In Practice*. Yogyakarta, dan R&D Bandung: CV. Alfabeta.

Tatik, Suryani. 2008. Perilaku Konsumen Implikasi Pada Strategi Pemasaran. 118.
Yogyakarta: Graha Ilmu.

Tjiptono, Fandy. 2014. Pemasaran Jasa-Prinsip, Penerapan, dan Penelitian. Andi Offset.
Yogyakarta.

