

### DAFTAR PUSTAKA

- Anggraeni, R. A., & Soliha, E. (2020). Kualitas Produk, Citra Merek Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada konsumen Kopi Lain Hati Lamper Kota Semarang). *Jurnal Manajemen*.p-ISSN: 2460-4089 e-ISSN: 2528-2948. Vol. 6 No. 3.
- Angraini, P.D., Hidayati, N., & Athia, I. (2020). Pengaruh Persepsi Harga Dan Tingkat Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Mahasiswa Pengguna Shopee Di Kota Malang. *Jurnal Riset Manajemen*
- Danang, Sunyoto. (2013). *Metodologi Penelitian Akuntansi*. Bandung: PT Refika Aditama Anggota Ikapi.
- Destiani, G. P., Bisnis, P. A., Telkom, U., Produk, K., & Beli, M. (2020). *Dengan banyaknya peluang bisnis yang ada pada saat ini maka tingkat persaingan antar industri semakin ketat dalam memasarkan produknya . Untuk dapat meningkatkan penjualan perusahaan harus dapat lebih menarik hati konsumen untuk melakukan minat pembelian*. 7(1), 1219–1228.
- Donni Junni Priansa. (2017 :198 ). *Perilaku Konsumen dalam Bisnis Kontemporer*. Bandung: Alfabeta
- Dinny, Dyah Ayu Sekar & Sugeng Purwanto (2022). Pengaruh Brand Ambassador dan Perilaku Konsumtif Fans NCT Dream terhadap keputusan Pembelian Mie Lemonilo
- Dwi, Lisa, & Soebiantoro, Ugy (2022). Pengaruh Cita Rasa dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Mie Ayam Yamin Gubeng Kertajaya Surabaya. *Jurnal Manajemen*.
- Faradasya, Cantika Indah. 2021. Pengaruh Brand Ambassador KPOP Stray Kids dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus E-commerce Shopee). *E- proceeding Management*. 8(2)
- Ghozali, Imam. (2008). *Structural Equation Modelling, Edisi II*, Universitas Diponegoro, Semarang.
- Gitosudarmo Indriyo. 2012. *Manajemen Pemasaran*. edisi kedua, cetakan kedua. Penerbit : BPF – Yogyakarta
- Hendayana. Yayan dan Ni'matul Afifah. 2020. Pengaruh Brand Ambassador Dan Korean Wave Terhadap Minat Belanja Online Melalui Marketplace Tokopedia. *KINERJA Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*. 3(1)
- Hozali, I. (2021). *Partial Least Squares: Konsep, Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.2.9 untuk Penelitian Empiris*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

- Japariato, E., & Adelia, S. (2020, April). Pengaruh Tampilan Web Dan Harga Terhadap Minat Beli Dengan Kepercayaan Sebagai Intervening Variabel Pada ECommerce Shopee. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, Vo. 14 No. 1.
- Kotler, P. dan Keller. 2016. *Marketing Management*, 15th edition. United States: Pearson Education.
- Kotler, Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Penerbit Erlangga. Jakarta
- Kotler, Philip & Keller. (2008). *Manajemen Pemasaran*. Edisi Ketigabelas. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Lea-Greenwood, Gaynor. 2012. *Fashion Marketing Communications Ebook*. Somerset, NJ, USA: Wiley
- Maramis, F. S., Sepang, J. L., & Soegoto, A. S. (2018, Juli). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada PT. Air Manado. *Jurnal EMBA*, Vol. 6 No. 3
- Nasution, M. N. (2019). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Alat Kesehatan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada PT. Dyza Sejahtera Medan. *Jurnal Warta*.
- Perdana, Ramadhanty Khansaputri & Nuruni Ika Kusuma Wardhani (2022). Ketertarikan Konsumen Terhadap Lee Min Ho Sebagai Brand Ambassador Dan Citra Merek Lazada Terhadap Keputusan Pembelian
- Pramono, Nugraha Boggy & Soebiantoro, Ugy. (2023). Pengaruh Kualitas Produk dan Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian pada Es Krim Wall's di Sidoarjo Kota. *Reslaj : Religion Education Social Laa Roiba Journal*. Vol 5 No. 3
- Sari, R. M., & Prihartono. (2021). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Survey Pelanggan Produk Sprei Rise). *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi)*, 5 (3).
- Sari, Merchelly Bonita & Ugy Soebiantoro (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Teh Gelas Di Kota Surabaya
- Sugiyono. 2020. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, Edisi Kedua. Vol. 28. CV Alfabeta.
- Sugiyono.(2009). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta
- Suparno, Saputra. 2019. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen". *Jurnal Bisnis dan Pemasaran* volume 9 no 2

- Tjiptono Fandy, Anastasia Diana (2020) Pemasaran : Penerbit Andi Yogyakarta
- Utomo, G. W., & Prabawani, B. (2017). Pengaruh Brand Ambassador Dan Citra Merk Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Suzuki Type Nex. *Administrasi Bisnis*, 6(4), 287–297.
- Wijianty, M. (2016). Pengaruh Brand Image Terhadap Proses Keputusan Pembelian Apple Iphone Pada Mahasiswa Administrasi Bsinis Politeknik Negeri Jakarta. *Jurnal Epigram*, 13(1).
- Yolanda, R., & Soesanto, H. (2017). Pengaruh Persepsi Kualitas Produk, Daya Tarik Promosi, Dan Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Brand Image Sebagai Variabel Intervening (Studi Pembelian Produk Kosmetik Wardah Pada Mahasiswi FEB Universitas Diponegoro Semarang). *Diponegoro Journal of Management*, 6(4), 834–845.
- Yusiana, R., & Maulida, R. (2015). Pengaruh Gita Gutawa sebagai brand ambassador pond's dalam mempengaruhi keputusan pembelian (studi kasus pada mahasiswi Universitas Telkom jurusan D3 manajemen pemasaran). *Ecodemica*, 3(1), 311–316.