

DAFTAR PUSTAKA

- Ayu, L. T. (2022). Pengaruh Brand Ambassador BTS (Bangtan Boys) dan E-Trust terhadap Minat Beli. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah, Volume 4 No 5*.
- Adisty, N. (2022, Mei). Retrieved Maret 2024, from GoodStats: <https://goodstats.id/article/menilik-meningkatnya-konsumsi-produk-kecantikan-di-indonesia-LcQed>
- Dewi, B. S., Suardana, I. M., & Satriawan. (2022). Pengaruh Brand Ambassador, Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Emina. *Kompeten, Vol. 1 No. 1*.
- Ernawati, R., Dwi, A. B., & Argo, J. G. (2021). Analisis Pengaruh Promosi, Harga, dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian pada Situs E-commerce Zalora di Jakarta. *Business Management Analysis Journal (BMAJ), Vol. 4 No. 2*.
- Fazirah, E., & Susanti, A. (2022). Pengaruh Brand Ambassador, Brand Image dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian pada Kosmetik Wardah di Kota Surakarta. *Jurnal Ekobis Dewantara, Vol. 5 No. 3*.
- Garut, A. G., & Purwanto, S. (2023). Pengaruh Influencer Marketing dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Kacang Dua Kelinci di Kota Surabaya. *SEIKO : Journal of Management & Business, Volume 6*.
- Hidayat, A. (2018). Retrieved Maret 2024, from Statiskian: <https://www.statistikian.com/2018/12/variabel-pls-sem-data-hubungan-asumsinya.html>
- Iqbal, M. (2022). Retrieved Maret 2024, from Lindungi Hutan: <https://lindungihutan.com/blog/pengertian-merek-adalah/>
- Islamiah, F., Harmayanto, & Jayanti, R. D. (2019). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian. *Gajah Putih Journal of Economics Review (GPJER), 1*.
- Lestari, V. W., & Nurhadi. (2023). Pengaruh Brand Ambassador dan Tagline Terhadap Brand Awareness Shopee Indonesia. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB), Vol. 13. No. 1*.

- Marcella, I., Nursal, M., & Wulandari, D. S. (2023). Pengaruh Electronic Word Of Mouth dan Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli Skincare Somethinc di Kota Bekasi. *Jurnal Economina, Volume 2, Nomor 10*.
- Perdana, R. K., & Wardhani, N. I. (2021). Ketertarikan Konsumen Terhadap Lee Min Ho Sebagai Brand Ambassador dan Citra Merek Lazada Terhadap Keputusan Pembelian. *Maker: Jurnal Manajemen, Volume 7, No.1*.
- Rahmah, R. M., & Supriyono. (2022). Pengaruh Electronic Word of Mouth Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Masker Wajah Sariayu. *Management Studies and Entrepreneurship Journal, Vol 3*.
- Rauf, I. (2024). Retrieved Maret 2024, from Mina News Net: <https://minanews.net/wardah-menangkan-tiga-kategori-lppom-mui-halal-award-2023/>
- Safithri, M. N. (2023, Februari). Retrieved Maret 2024, from Majo.id: <https://majoo.id/solusi/detail/konsep-pemasaran>
- Sulistiyana, A., & Aminah, S. (2024). Pengaruh Brand Ambassador, Brand Image, dan Brand Awareness terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare MS Glow di Kota Surabaya. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah, Vol 6*.
- Veronika, & Nainggolan, N. P. (2022). Pengaruh Promosi, Atribut Produk, dan Loyalitas Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian di Tokopedia. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis, Vol. 11 No. 4*.
- Wongkar, K. E., Lumanaw, B., & Kawet, R. C. (2023). Pengaruh Viral Marketing, Food Quality dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kokumi Manado. *Jurnal EMBA, Vol.11 No.3*.
- Imron, I. (2019). Pengaruh Viral Marketing, Food Quality dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kokumi Manado. *Jurnal EMBA, Vol.11 No.3*.
- Syamsurizal. (2020). Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Pada Rocket Chicken Kota Bima. *Jurnal BRAND, 2(2), 177–183*. <https://ejournals.umma.ac.id/index.php/brand/article/view/660> Diakses pada tanggal 6 Mei 2024.
- Ramadhanty, G. P. (2020, July). Pengaruh Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Pada Penggemar Boyband Exo Sebagai Brand Ambassador

- Nature Republic). Uin Sunan Kalijaga Yogyakarta. <https://digilib.uin-suka.ac.id/id/eprint/39808/> Diakses pada tanggal 7 Mei 2024.
- Naomi, I. P. (2021). Pengaruh Brand Ambassador Terhadap Brand Image Pada E-Commerce Indonesia. *Jurnal SENMABIS*, 1(1), 38–44
<https://prosiding.senmabis.nusaputra.ac.id/article/download/22/9>
- Susanti, E. 2019. Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Iphone Di Kota Banda Aceh. Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Aceh. p. 9-16.
- Supriadi. 2020. Pengaruh Fasilitas, Kebijakan Harga Dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Hotel Atria Inn Makassar. *Konsentrasi Bisnis Dan Perdagangan Internasional Program Studi Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Nobel Indonesia*.
- Sugiyono. 2019. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: CV
- Wulandari S.P, Hutauruk W.R, Prasetyaningtyas S.W. (2021). Pengaruh Brand ambassador Terhadap Purchase Intention yang dimediasi Brand Image dan Brand Awareness. *Jurnal Ilmu Manajemen dan Bisnis*. Vol. 12 No. 2 April 2024.
- Suari, M. T. Y., Telagawati, N. L. W. S., & Yulianthini, N. N. (2020). Pengaruh Kualitas Produk Dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Mebel Pada Ud. Hartani Jaya. *Bisma: Jurnal Manajemen*, 5(1), 26–33. <https://doi.org/10.47335/ema.v5i1.45>
- Sholihah, D. I., & Oktini, D. R. (2019). Pengaruh Citra Merek dan Kepercayaan Merek terhadap Keputusan Pembelian Produk Mie Instan Merek Samyang di Kota Bandung (Survey Konsumen Mie Instan Merek Samyang di Kota Bandung). *Prosiding Manajemen*, 5(1), 2460–6545.
- Niar, C. (2019). Pengaruh Desain Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Mezora. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 3(3), 1689–1699.