

DAFTAR PUSTAKA

- Amelfdi, F. J., & Ardyan, E. (2021). PENGARUH BRAND AWARENESS, BRAND IMAGE, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN. *PERFORMA: Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 5(6), 474–482.
- Ardani, W. (2022). PENGARUH DIGITAL MARKETING TERHADAP PERILAKU KONSUMEN. *Jurnal Tadbir Peradaban*, 2(1).
- Arikunto, S. (2013). *Prosedur Penelitian SUATU PENDEKATAN PRAKTIK* (S. Arikunto, Ed.). RINEKA CIPTA.
- Ariputra, A. A., & Pudjoprastyono, H. (2025). Analisis Pengaruh Influencer Marketing dan Brand Awareness terhadap Keputusan Pembelian di Marketplace Tokopedia Surabaya. *JIIP (Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan)*. www.Topbrandindex.com
- Asari, A., Zulkarnaini, Hartatik, Anam, A. C., Suparto, Litamahuputty, J. V., Dewadi, F. M., Prihastuty, D. R., Maswar, Syukrilla, W. A., Murni, N. S., & Sukwika, T. (2023). *PENGANTAR STATISTIKA* (A. Asari, Ed.). MAFY Media Literasi Indonesia.
- Barraza, C. (2025). *Nike vs Adidas: Perbandingan Komprehensif dari Dua Raksasa Pakaian Olahraga Global*. Barraza Carlos.
- Brestilliani, L. (2020). *MARKETPLACE SHOPEE (Studi Pada Mahasiswa Stiesia) Suhermin Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya*.
- Elliyana, E., Lidiana, Agustina, T. S., & Sedyoningsih, Y. (2022). *Dasar-Dasar Pemasaran* (Y. Umaya, Ed.). Ahli Media Press. www.ahlimediapress.com
- Febriansyah, R., Nastiti, H., & Korespondensi, P. (2023). ANALISIS PENGARUH BRAND AWARENESS, BRAND IMAGE DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SAMASE DI JAKARTA. *Jurnal Serina Ekonomi Dan Bisnis*, 01(02), 368–377. <https://doi.org/10.24912/jseb.27054>
- Ferdiana Fasha, A., Robi, M. R., & Windasari, S. (2022). *DETERMINASI KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI MINAT BELI: BRAND AMBASSADOR DAN BRAND IMAGE (LITERATURE REVIEW MANAJEMEN PEMASARAN)*. 3(1). <https://doi.org/10.38035/jmpis.v3i1>
- Firmansyah, A. (2019). *PEMASARAN PRODUK DAN MEREK (PLANNING & STRATEGY)* (Q. Media, Ed.). Qiara Media.

- Hana Selfiana, & Retno Susanti. (2024). Pengaruh Brand Ambassador, Brand Image dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Emina. *MENAWAN : Jurnal Riset Dan Publikasi Ilmu Ekonomi*, 2(5), 12–25. <https://doi.org/10.61132/menawan.v2i5.777>
- Hariyanto, R. C., & Wijaya, A. (2022). PENGARUH BRAND AMBASSADOR, BRAND IMAGE DAN BRAND AWARENESS TERHADAP PURCHASE DECISION. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan* .
- Hasian, A. G., & Pramuditha, C. A. (2022). *Pengaruh Brand Ambassador, Brand Awareness, Brand Image, Dan Brand Loyalty Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Samsung Di Palembang (Studi Kasus Pada Masyarakat Kota Palembang)*.
- Henry, J., & Rwp, L. (2024). Analisis Peran Media Sosial dalam Meningkatkan Brand Awareness: Produk Ayam Goreng Ternate. *EKOMA: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi*, 4(3).
- Iswahyudi, M. S., Budaya, I., Purwoko, P., Riswanto, A., Lestari, A. A., Widawati, E., Zahara, A. E., Ardyan, E., Nurchayati, N., Efdison, Z., Trilakshmi, N., Damayanti, F., & Lova, A. N. (2023). *MANAJEMEN PEMASARAN : Strategi dan Praktek yang efektif* (E. Efitra & W. Gustiani, Eds.). Sonpedia Publishing Indonesia.
- Khansaputri Perdana, R., & Ika Kusuma Wardhani, N. (2021). KETERTARIKAN KONSUMEN TERHADAP LEE MIN HO SEBAGAI BRAND AMBASSADOR DAN CITRA MEREK LAZADA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN. *Maker: Jurnal Manajemen*, 7(1), 56–63. <http://www.maker.ac.id/index.php/maker>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles of Marketing* (A. Campbell, Ed.; 17th ed.). Pearson.
- Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2024). *MARKETING 6.0 (The Future is Immersive)* (6.0). Wiley.
- Kusuma, S. (2024). *Manajemen Pemasaran di Era Digitalisasi* (T. Yuwanda, Ed.). Takaza Innovatix Labs.
- Maharani, G., & Azzahra, G. (2023). Systematic Literature Review: Kebijakan Digital Marketing dalam Meningkatkan Brand Awareness. *Jurnal Ilmiah Manajemen Ekonomi Dan Akuntansi*, 1(1). <https://doi.org/XX..XXXXX/J>
- Mochtar, S. C., & Muljosumarto, C. (2025). Analisis Pengaruh Brand Identity terhadap Brand Awareness dan Brand Image pada Brand “Menantea.” *Jurnal Desain Komunikasi Visual Nirmana* , 25(2), 108–118. <https://doi.org/10.9744/nirmana.25.2.107-118>

- Nasution, A. E., & Sari, W. E. (2024). Peran Kepuasan Pelanggan Sebagai Mediator Variabel Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian. *Jesya*, 8(1), 1–11. <https://doi.org/10.36778/jesya.v8i1.1872>
- Nur'aini, A., Wihdatul Husna, A., Asih, A. S., Kharisma, A., & Hastuti, I. (2022). ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PEMBELIAN. *HUBISINTEK*, 2(1).
- Nurchayani, I. (2022). *Adidas resmi memutuskan kemitraan dengan Kanye West*. Antara News.
- Nurhafizah, I., Kusuma, K. A., & Sukmono, R. A. (2025). Pengaruh Viral Marketing, Brand Ambassador, Brand Trust, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian pada Live Tiktok Shop. *Jambura Journal of Educational Management*, 6(1), 189–205. <https://ejournal-fip-ung.ac.id/ojs/index.php/jjem/index>
- Purwati, A., & Cahyanti, M. M. (2022). Pengaruh Brand Ambassador Dan Brand Image Terhadap Minat Beli Yang Berdampak Pada Keputusan Pembelian. *IQTISHADUNA: Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita*, 11(1), 32–46. <https://doi.org/10.46367/iqtishaduna.v11i1.526>
- Puspitasari, R. H. U., Nugraha, A. E. P., Nurhayati, L., & Mulyana, M. (2023). *MANAJEMEN PEMASARAN (SEBUAH KONSEP DAN TEORI)* (F. Fachrurazi, Ed.). EUREKA MEDIA AKSARA.
- Puspitasari, Y. D. (2020). Perilaku Penemuan Informasi Mahasiswa Shopaholic tentang Fashion di Surabaya. *Palimpsest: Jurnal Ilmu Informasi Dan Perpustakaan*.
- Putra, Z. A. A., Kusuma, B. A. A., Herdyva, F. D., Sosha, D. Y., & Rahadhini, M. D. (2025). Analisis Pengaruh Brand Image, Diskon, dan Brand Ambassador terhadap Keputusan Pembelian Produk Skintific. *INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research*, 5(4), 1023–1033. <https://j-innovative.org/index.php/Innovative>
- Putri, K. N., Panjaitan, R., Amron, A., & Fatmawati, E. R. (2025). Peran Product Innovation, Brand Awareness dan Price Discount Terhadap Purchase Desicion (Studi Kasus Brand Fashion Colorbox Semarang). *Jesya*, 8(2), 982–996. <https://doi.org/10.36778/jesya.v8i2.2002>
- Rahadi, D. R. (2023). *PENGANTAR PARTIAL LEAST SQUARES STRUCTURAL EQUATION MODEL(PLS-SEM)* (W. Wijonarko, Ed.). Lentera Ilmu Madani.
- Reken, F., Erdawati, M., Sri Rahayu, Ms., Roky Apriansyah, M., Hendri Herman, M., DrVirna Sulfitri, C., Hermanto, C., Fatmawati, M., Lia Suprihartini, M., Adi Masliardi, M., & Ni Kadek Dessy Hariyanti, M. (2024). *PENGANTAR*

ILMU MANAJEMEN PEMASARAN (M. G. Indrawan, Ed.). Gita Lentera.
www.gitalentera.com

- Ritonga, W. (2020). *PEMASARAN* (Y. B. Kusuma, Ed.). Muara Karya.
- Rohma, Y. N., & Mardikaningsih, R. (2025). PENGARUH GAYA HIDUP DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK HIJAB. *Jurnal Ekonomidan Perbankan Syariah*, 3(2), 418–437.
- Rozalia, Rinuastuti, H., & Hs, R. (2020). PENGARUH BRAND AMBASSADOR TERHADAP CITRA MEREK. *Jurnal Distribusi*, 8(2).
- Safdar, Saba, Goh, Kimberly, Choubak, & Melisa. (2020). Clothing, identity, and acculturation: The significance of immigrants' clothing choices. *American Psychological Association*.
- Satria, A., & Pudjoprastyono, H. (2022). Pengaruh Brand Image dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sariayu Martha Tilaar di Kota Surabaya. *Widya Manajemen*, 4(2), 140–149.
<https://doi.org/10.32795/widyamanajemen.v4i2>
- Sekar Dinny, D. A., & Purwanto, S. (2022). Pengaruh Brand Ambassador dan Perilaku Konsumtif Fans NCT Dream terhadap keputusan Pembelian Mie Lemonilo. *J-MAS (Jurnal Manajemen Dan Sains)*, 7(2), 762.
<https://doi.org/10.33087/jmas.v7i2.622>
- Sitorus, S. A., Romli, N. A., Tingga, C. P., Sukanteri, N. P., Gheta, A. P., Wardhana, A., Hendrayani, E., Susanto, P. C., Primasanti, Y., & Ulfah, M. (2022). *BRAND MARKETING: THE ART OF BRANDING* (A. Sudirman, Ed.). Media Sains Indonesia.
- Soviyanti, E., & Khairani, Z. (2024). *MANAJEMEN PEMASARAN* (Z. Khairani, Ed.). LPPM Unilak. <http://www.lppm.unilak.ac.id>
- Sugiyono, S. (2013). *METODE PENELITIAN KUANTITATIF, KUALITATIF, DAN R&D* (Alfabeta, Ed.). Alfabeta.
- Sukmawati, S. P., & Fitriyah, Z. (2021). *BUKU MONOGRAF EFEK BRAND AMBASADOR DAN IKLAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN* (Z. Fitriyah, Ed.). Mitra Abisatya.
- Sundari, E., & Hanafi, I. (2023). *Manajemen Pemasaran*. UIRPRESS.
- Susanti, Mulyono, H., & Syamsuri, A. R. (2021). PENGARUH KETERSEDIAAN DAN KERAGAMAN PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PT SUMBER PERINTIS JAYA DOLOK MASIHUL. *JURNAL BISNIS MAHASISWA*, 169–178.
- Tjiptono, F. (2020). *Strategi Pemasaran, Prinsip Dan Penerapan*. Andi Offset.

- Varreldiazka, G., Syarief, N., & Supriadi, Y. N. (2022). PENGARUH BRAND AMBASSADOR, KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN NIKE. *Bussman Journal : Indonesian Journal of Business and Management*, 2(3), 691–704. <https://doi.org/10.53363/buss.v2i3.92>
- Wardhana, A. (2024). *BRAND MANAGEMENT IN THE DIGITAL ERA - EDISI INDONESIA* (M. Pradana, Ed.). EUREKA MEDIA ASKARA.
- Wijaya, H., & Keni, K. (2021). Pengaruh Service Quality, Word of Mouth, dan Brand Awareness terhadap Keputusan Pembelian Polis Asuransi Kendaraan di Jakarta. *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Kewirausahaan*, 5(5), 518–523.
- Wira, A., Sipahutar, G. R., Surbakti, E. Y., Hasibuan, A. S., Bisnis, M., Niaga, A., & Medan, P. N. (2023). PENGARUH CITRA MEREK DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SKINCARE SOMETHINC (STUDI KASUS KASUS MAHASISWA JURUSAN ADMINISTRASI NIAGA POLITEKNIK NEGERI MEDAN). *Journal of Economic, Business and Engineering (JEBE)*, 5(1).
- Wulandari, A., & Mulyanto, H. (2024). *KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN* (F. Rezeki, Ed.). Kimshafi Alung Cipta. www.publisher.alungcipta.com