

## DAFTAR PUSTAKA

- Agmeka, F., Wathoni, R., & Santoso, A. (2019). *The Influence of Discount Framing towards Brand Image on Purchase Intention and Actual Behaviour in E-Commerce. Procedia Computer Science* 161, 853.
- Amanda, L., Yanuar, F., & Devianto, D. (2019). Uji Validitas dan Reliabilitas Tingkat Partisipasi Politik Masyarakat Kota Padang. *Jurnal Matematika UNAND*, 182.
- Amilia, S. (2017). Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Xiaomi di Kota Langsa. *Jurnal Manajemen dan Keuangan Vol.6 No.1*, 660.
- Ardianti. (2020). Pengaruh *Celebrity Endorser* Dan *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian Di Instagram (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Teknologi Sumbawa Angkatan Tahun 2016 Sampai Dengan Tahun 2018). *Jurnal Manajemen Ekonomi Dan Bisnis*, 1-9.
- Astuti, R., Ardila, I., & Lubis, R. R. (2021). Pengaruh Promosi Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Merek Converse. *Jurnal AKMAMI (Akuntansi, Manajemen, Ekonomi)*, 206.
- Brestilliani, L., & Suhermin. (2020). Pengaruh *Brand Awareness, Brand Ambassador, Dan Harga* Terhadap Keputusan Pembelian *Online* Pada *Marketplace* Shopee. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 1-19.
- Darmawan, R., & Martini, E. (2019). Pengaruh *Brand Ambassador* Terhadap *Brand Image* Serta Dampaknya Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Pengguna *Smartphone* Oppo). *e-Proceeding of Management Vol.6, No.2*, 2343.
- Duli, N. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif : Beberapa Konsep Dasar Untuk Penulisan Skripsi & Analisis Data Dengan SPSS*. Sleman: Budi Utama.
- Ernawati. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Inovasi Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Hi Jack Sandals Bandung. *JWM (Jurnal Wawasan Manajemen)*, 17-30.
- Faradasya, C. I., & Trianasari, N. (2021). *The Influence Of Brand Ambassador Kpop Stray Kids And Brand Image On Purchase Decisions (Study Case Of E-Commerce Shopee)*. *e-Proceeding of Management*, 867.
- Firmansyah, M. A. (2019). *Pemasaran Produk dan Merek (Planning & Strategy)*. Surabaya: CV Penerbit Qiara Media.
- Ghozali. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program IBM SPSS 25*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

- Haryono, B. (2018). *How To Be a Professional Customer Service*. CV Andioffset.
- 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). *Publikasi Riset Mahasiswa Manajemen*, 116.
- Heryanto, I., & Triwibowo, T. (2018). Path Analysis Menggunakan SPSS dan Excel. 138.
- Hikmawati, F. (2017). *Metodologi Penelitian*. Depok: PT RajaGrafindo Persada.
- Huda, N. (2020). Pengaruh *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian Motor Scuter Matic Yamaha Di Makassar. *Lembaga Keuangan, Ekonomi dan Bisnis Islam*, 38.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2018). *Principle of Marketing (15th ed.)*. Global Edition Pearson.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management In Marketing Management 15e Global Edition*. England: Pearson Education Limited.
- Kurniawan, D., Tumbuan, W., & Roring, F. (2021). Pengaruh *Brand Image*, *Viral Marketing*, dan *Brand Trust* Terhadap Keputusan Penggunaan Aplikasi *E-Money Fintech* Pada Mahasiswa Di Universitas Sam Ratulangi Saat Pandemi Covid - 19. *Jurnal EMBA*, 697.
- Lestari, J. S., & Dkk, &. (2019). Pengaruh Kepemimpinan, Kedisiplinan, dan Lingkungan Kerja Terhadap Prestasi Kerja Guru. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 38 - 55.
- Lestari, P., & Muchammad, S. (2020). Implementasi Strategi Promosi Produk Dalam Proses Keputusan Pembelian Melalui Digital Marketing Saat Pandemi Covid'19. *Jurnal Manajemen dan Inovasi (MANOVA) Vol.3 No.2* .
- Meutia, K. I., Hadita, & Widjarnarko, W. (2021). Dampak *Brand Image* dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Miniso. *Journal of Technopreneurship on Economics and Business Review*, 76.
- Nurrahmah, A. (2021). *Pengantar Statistika 1*. Bandung: CV. Media Sains Indonesia.
- Probosini, D. A. (2021). Pengaruh Promosi dan *Brand Ambassador* terhadap Keputusan Pembelian Pengguna *Market Place X* dengan *Brand Image* sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Keuangan*, 445-458.
- Ramadhanti, S., & Usman, O. (2021). Pengaruh *Brand Duta BTS*, *Brand Image* dan Kualitas Produk pada Keputusan Pembelian *E-Commerce* Tokopedia. *Jurnal Manajemen Bisnis: Performa Vol. 18*.
- Riyanto, S., & Hatmawan, A. A. (2020). *Metode Riset Penelitian Kuantitatif: Penelitian di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan, dan Eksperimen*. Jakarta: Deepublish.

- Rozalia, Rinuastuti, H., & Hs, R. (2020). Ketertarikan Konsumen Pada *Brand Ambassador* dan Citra Merek pada Keputusan Pembelian. *Jurnal Distribusi Vol. 8, No.2*.
- Sari Dewi, L. P., Edyanto, N., & Siagan, H. (2020). *The Effect of Brand Ambassador, Brand Image, and Brand Awareness on Purchase Decision of Pantene Shampoo in Surabaya, Indonesia. SHS Web of Conferences, 2*.
- Sarwono, J. (2016). *Mengubah Data Ordinal ke Data Interval Dengan Metode Suksesif*. Jakarta: Erlangga.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2017). *Metode Penelitian untuk Bisnis: Pendekatan Pengembangan-Keahlian*. Jakarta Selatan: Salemba Empat.
- Sinuhaji, E. (2019). Pengaruh Kepribadian, Kemampuan Kerja dan Motivasi Kerja terhadap Kinerja SDM Outsourcing pada PT. Catur Karya Sentosa Medan. *Jurnal Ilman : Jurnal Ilmu Manajemen, 1*, 11-22.
- Sterie, W. G., Massie, J. D., & Soepono, D. (2019). Pengaruh *Brand Ambassador* dan *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian Produk PT. Telesindo Shop Sebagai Distributor Utama Telkomsel di Manado. *Jurnal EMBA*.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian & Pengembangan: Research & Development*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Pendidikan (Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi, R&D dan Penelitian Pendidikan)*. Bandung: Alfabeta.
- Syamsurizal. (2020). Pengaruh *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian Pada Rocket Chiken Kota Bima. *Jurnal Brand, 177-183*.
- Trisliatanto, D. A. (2020). *Metode Penelitian, Panduan Lengkap Penelitian dengan Mudah*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Wibowo, A. E. (2021). *Metodologi Penelitian Pegangan Untuk Menulis Karya Ilmiah*. Batam: Insania Grup Publikasi Yayasan Insan shodiqin Gunung Jati.
- Widana, I. W., & Muliani, N. L. (2020). *Uji Persyaratan Analisis*. Klik Media.
- Widodo. (2017). *Metodologi Penelitian Populer & Praktis*.
- Wijoyo, H., Sunarsi, D., & Cahyono, Y. (2020). *Manajemen Pemasaran di Era Globalisasi*. Banyumas: Pena Persada.