

DAFTAR PUSTAKA

- Aditya Bagus Pratama (2015) *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Afifa Media..
- Adhitya, W. R., Sahbana, Y. A., Manajemen, P. S., & Utama, U. P. (2023). *Pengaruh Brand Ambassador , Social Endorsement dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Erigo Dikalangan Mahasiswa Di Medan*. 3(2).
- Adhitya, W. R. (2021). *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Online Mahasiswa Di Kota Medan Pada Aplikasi Shopee*. *At-Tawassuth: Jurnal Ekonomi Islam* , 6 (2), 213.
- Alistian, A. (2022). Pengaruh Brand Ambassador Dan Brand Image Terhadap Minat Beli Produk Scarlett Whitening:(Survei Pada Konsumen Scarlett di Toko Koleksi Tasik Termurah). *J-CEKI: Jurnal Cendekia Ilmiah*, 1(5), 582-586.
- Arikunto, S. (2013). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Alma, B. (2013). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Alfabeta.
- Cahyani, N. K. A. S. (2023). *Pengaruh Brand Image, Brand Ambassador, Dan Promosi Online Terhadap Minat Beli Konsumen Di Era Pandemi Covid-19 Pada Produk Ms Glow Cabang Teges* (Doctoral dissertation, Universitas Mahasaraswati Denpasar).
- Cece, I.S. (2015). Pengaruh Brand Origin, Brand Ambassador dan Brand Image terhadap Minat Beli Sepatu Macbeth di SOGO Galaxy Mall Surabaya. *E-Jurnal Manajemen Kinerja*, Vol. 1, No. 2. pp. 101-110.
- Dairina, L. (2022). Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian. *AT-TAWASSUTH: Jurnal Ekonomi Islam*, 7(1), 118.
- Fauzana, S. (2020). Pengaruh brand ambassador, brand image, dan harga terhadap keputusan pembelian sampo sunsilk. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 4(1), 1-14.
- Ghozali. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Harga, P. P., & Toko, F. (2023). *Pelanggan Pada Indomaret Veteran*. 3(2).
- Harga, A. P., Dan, K. P., Kiram, H., & Adhitya, W. R. (2023). *Kepuasan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dalam Menggunakan Aplikasi Go-jek Dan Utama Medan Prodi Manajemen*. 3(2), 209–222.
- Irawan, M. R. N. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Pt. Satria Nusantara Jaya. *Ekonika : Jurnal Ekonomi Universitas Kadiri*, 5(2), 140. <https://doi.org/10.30737/ekonika.V5i2.1097>
- Kurniawan, Agung Widhi dan Zahra Puspitaningtyas : 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta : Pandiva Buku
- Kotler, P. and K. L. K. (2016). *Marketing Managemen* (15th Editi). Pearson Education.
- Kotler, P. dan G. A. (2010). *Principles of Marketing (Edisi 13)*. Pearson.
- Kotler, & Amstrong. 2014. *Manajemen Pemasaran Analisis, Perencanaan,*

Proses Keputusan Pembelian

- Kotler, P. and Keller, K.L. (2012) Manajemen Pemasaran Jilid I Edisi ke 12. Jakarta: Erlangga
- Minatbeli, T., Lokal, S., Studi, V., Adhitya, W. R., & Damanik, K. A. (2023). *Pengaruh Merek , Harga dan Kualitas Produk Pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Potensi Utama).* 3(2), 231–238.
- Oktavia, E. B., Fatimah, F., & Puspitadewi, I. (2022). Pengaruh Harga, Brand Ambassador, Brand Image, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Scarlett Whitening Indonesia Di Tokopedia. *Growth*, 20(2), 361-375.
- Putra, M. I., Suharyono, & Abdillah, Y. (2014). Pengaruh Brand Ambassador Terhadap Brand Image Serta Dampaknya Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 12(7), 1–10.
- Putri, S., Satoto, E., & Reskiputri, T. (2022). Analisis Pengaruh Brand Ambassador, Promosi Dan Brand Image Terhadap Minat Beli Konsumen Tokopedia Pada Followers@ tokopedia. *JPE: Jurnal Peneliti Ekonomi*, 1(6), 74-86.
- Rahayu, N. C., & Jamiat, N. (2021). Pengaruh Brand Ambassador Terhadap Purchasing Decision Konsumen Lazada (Studi Pada Lee Min Ho Sebagai Brand Ambassador). *eProceedings of Management*, 8(5), 5731–5740.
- Randi, 2016. Pengaruh Citra Merek Terhadap Minat Beli Pada Makanan Fast Food Ayam Goreng (Studi Pada Konsumen Texas Chicken Pekanbaru). *JOM FISIP Vol. 3 No. 2 - Oktober 2016. hlm. 1-9*. Pekanbaru: Jurusan Ilmu Administrasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Riau.
- Royan, F. M. (2005). *“Marketing Celebrities”*. Edisi Pertama. PT. Elex Media Komputindo.
- Siahaan, A. C., Ginting, M., & Ginting, L. T. R. B. (2023). Pengaruh Brand Ambassador, Brand Image dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Menantea di Kota Medan. *Jurnal Wira Ekonomi Mikroskil*, 13(1), 80-91.
- Shafa, P. M., & Hariyanto, J. (2020). Pengaruh Harga, Ulasan Produk, dan Metode Pembayaran Terhadap Keputusan Pembelian dalam Berbelanja Online Melalui Aplikasi Shopee (Studi Kasus Pada Pengguna Aplikasi Shopee Di Bekasi). *Jurnal Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia*, 1–18.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabet.
- Tjiptono, 2015, *Strategi Pemasaran*, Edisi 3, ANDI: Yogyakarta.
- Utomo, I. W. (2017). Pengaruh Brand Image, Brand Awareness, dan Brand Trust Terhadap Brand Loyalty Pelanggan Online Shopping (Studi Kasus Karyawan Di BSI Pemuda). *Komunikasi*, VIII(1), 78.
- Venessa, I., & Arifin, Z. (2017). Pengaruh Citra Merek (Brand Image) dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen(Survei pada Mahasiswa Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang Tahun Angkatan 2013 / 2014 dan 2014 / 2015 Pengguna Kartu P. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 51(1), 44–48.
- Wang, F., & Hariandja, E. S. (2016). The influence of Brand Ambassador on Brand Image and Customer Purchasing Decision: A Case of Tous Les Jours in Indonesia.

International Conference on Entrepreneurship (IConEnt-2016). “How Innovation Could Improve the Performance and Productivity in Entrepreneurship?”

ZAP Clinic. (2020). ZAP Beauty Index 2020.
zapclinic.com:<https://zapclinic.com/zapbeautyindex>