

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D. A. (1997). *Manajemen Ekuitas Merek: Memanfaatkan Nilai dari Suatu Merek*. Jakarta: Mitra Utama.
- Aaker, D. A., & Biel, A. L. (1991). *Managing brand equity: Capitalizing on the value of a brand name*. Canada: Maxwell Macmillan International.
- Aaker, J. L. (1997). Dimensions of Brand Personality. *Journal of Marketing Research*, 34(3), 347–356. <https://doi.org/10.1177/002224379703400304>
- Affifudin, & Saebani, B. A. (2012). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Pustaka Setia.
- Cece, I. S. (2016). 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 (2015)*, 109.
- Davis, D. L. G. S. (2013). *Quality Management for Organizational Control*. Harlow: Pearson Education Limited.
- Firmansyah, M. A. (2018). *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)*. Yogyakarta: Deepublish Publisher.
- Ghozali, I. (2009). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23* (8 ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2017). *Model Persamaan Struktural Konsep Dan Aplikasi Dengan Program AMOS 24*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Grewal, D., Krishnan, R., Baker, J., & Borin, N. (1998). The Effect of Store Name, Brand Name and Price Discounts on Consumers' Evaluations and Purchase Intentions. *Journal of Retailing*, 74(3), 331–352.
- Hasan, I. (2002). *Pokok-pokok Materi Metodologi Penelitian dan Aplikasinya*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Idris, F. (2014). *Faktor—Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Sepatu di Toko Fajar Sport Kecamatan Pedurungan Kota Semarang*. Skripsi. Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro.
- Kamelta, E. (2013). Pemanfaatan Internet Oleh Mahasiswa Jurusan Teknik Sipil Fakultas Teknik Universitas Negeri Padang. *CIVED (Journal of Civil Engineering and Vocational Education)*, 1(2), 142.
- Kautsar, N. A. (2019). *Pengaruh Brand Image dan Brand Ambassador Natasha Rizky Terhadap Keputusan Pembelian Produk Wardah Shampoo (Studi pada Mahasiswi Islam Negeri Sumatera Utara)*. Universitas Sumatera Utara.
- Keller, K. L. (2008). *Strategic Brand Management: Building, Measuring, and Managing Brand Equity* (3 ed.). Pearson Education.
- Keller, K. L. (2013). *Strategic brand management: Building, measuring, and managing brand equity* (4th ed). Boston: Pearson.
- Kertajaya, H. (2005). *Positioning, Diferensiasi dan Brand*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

- Khatri, D. P. (2006). Celebrity Endorsement: A Strategic Promotion Perspective. *Indian Media Studies Journal*, 14.
- Kotler, P. (2000). *Marketing Management: Millenium Edition*. Boston: Pearson.
- Kotler, P. (2005). *Manajemen Pemasaran* (11 ed.). Jakarta: Indeks.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2006). *Prinsip-Prinsip Pemasaran, Edisi Ke-12*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2001). *Manajemen Pemasaran*. PT. Prehalindo.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2008). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2008). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kuswardani, C. A. (2020). *Pengaruh Brand ambassador "BTS", Brand image dan Kelompok Referensi Terhadap Keputusan Pembelian di Tokopedia*. Skripsi. Universitas Sebelas Maret.
- Lailiya, N. (2020). *Pengaruh Brand ambassador dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian di Tokopedia*. Skripsi. Universitas Maarif Hasyim Latif.
- Lea-Greenwood, G. (2013). *Fashion marketing communications*. Chichester: John Wiley & Sons Ltd.
- Maksum, A. R., Arifin, R., & Hufron, M. (2018). Pengaruh *Brand ambassador* dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Dengan *Brand image* Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Mahasiswa Pengguna OPPO Smartphone Di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Jurusan Manajemen Universitas Islam Malang). *Jurnal Ilmiah Riset Manajemen*, 7(12), 5.
- Masyita, D. A., & Yuliati, A. L. (2017). Pengaruh *Brand ambassador* Dian Sastrowardoyo Terhadap *Brand image* Produk Makeup L`Oreal Paris (Studi Pada Konsumen L`oreal Kota Bandung). *Jurnal Riset Akuntansi Mercu Buana, Volume 3 No. 1*, 45–47.
- Muslim, S. A. (2020). *Pengaruh Penggunaan Brand ambassador dan Brand image Idol K-POP Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Perusahaan E-commerce Tokopedia)*. Skripsi. Muhammadiyah Surakarta.
- Noor, M. F. (2014). Pengaruh *Brand image* dan Brand Trust Terhadap Brand Loyalty King Thai Tea Bandung. *Jurnal Riset Manajemen*, 3(2), 109.
- Nuraini, P. (2015). *Pengaruh Kredibilitas Brand ambassador Band Noah Dalam Iklan Vaseline Men Terhadap Keputusan Membeli Produk (Survei Pengaruh Brand ambassador Band Noah Dalam Iklan Vaseline Men Terhadap Keputusan Membeli Produk Yang Dilakukan Oleh Fans Club Noah "Sahabat Serang")*. Skripsi. Universitas Sultan Ageng Tirtayasa.
- Pardede, R., & Haryadi, T. Y. (2017). Pengaruh Persepsi Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen yang Dimediasi Kepuasan Konsumen. *Journal of Business & Applied Management*, Vol. 10 No. 1, 65. <http://dx.doi.org/10.30813/jbam.v10i1.870>
- Putra, M. I. (2014). *Pengaruh Brand ambassador Terhadap Brand image Serta Dampaknya Terhadap Keputusan Pembelian (Survey Pada Pengguna Line di Asia)*. Skripsi. Universitas Brawijaya.
- Royan, F. M. (2004). *Marketing Celebrities: Selebriti dalam Iklan dan Strategi Memasarkan Diri Sendiri*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo Kelompok Gramedia.

- Rusman, Kurniawan, D., & Riyana, C. (2011). *Pembelajaran Berbasis Teknologi Informasi dan Komunikasi: Mengembangkan Profesionalitas Guru*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Sasmita, Y. (2019). *Pengaruh Brand ambassador dan Brand image Terhadap Keputusan Pembelian Pada Handphone Oppo (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi)* [Skripsi, Universitas Islam Sumatera Utara Medan]. <https://jurnal.uisu.ac.id/index.php/tjh/article/view/1530/1217>
- Schiffman, L., & Kanuk, L. L. (2004). *Perilaku Konsumen* (Edisi 7). Jakarta: Indeks.
- Shimp, T. A. (2003). *Periklanan Promosi* (5 ed.). Jakarta: Erlangga.
- Soehadi, A. W. (2005). *Effective Branding: Konsep dan Aplikasi Pengembangan Merek yang Sehat dan Kuat*. Bandung: Quantum Bisnis & Manajemen.
- Stainback, S., & Stainback, W. (1998). *Understanding and Conducting Qualitative Research*. Dubuque: Kendall/Hunt.
- Subianto, T. (2007b). Studi Tentang Perilaku Konsumen Beserta Implikasinya Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ekonomi Modernisasi*, 3(3), 165–182.
- Sudjana. (2002). *Metode Statistika*. Bandung: Tarsito.
- Sugiyono, Prof. Dr. (2014). *Statistik untuk Penelitian*. CV ALFABETA.
- Sugiyono, Prof. Dr. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono, & Susanto, A. (2015). *Cara Mudah Belajar SPSS dan Lisrel: Teori dan Aplikasi untuk Analisis Data Penelitian*. Alfabeta.
- Sutojo, S. (2004). *Membangun Citra Perusahaan*. Jakarta: PT Damar Mulia Pustaka.
- Suwandi, I. M. D. (2010). *Citra Perusahaan*. 3.
- Suyanto, M. (2003). *Strategi Periklanan pada E-commerce Perusahaan Top Dunia*. Yogyakarta: Andi.
- Tanady, E. S., & Fuad, M. (2020). Analisis Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Tokopedia di Jakarta. *Jurnal Manajemen Kwik Kian Gie School of Business, Vol. 9 No. 2 (2020)*.
- Tjiptono, F. (2011). *Manajemen dan Strategi Merek*. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran: Promosi, Iklan, Media Sosial, Kompetitif Market, Distribusi, Pelanggan, Pasar, Branding, Produk, Harga* (Edisi 4). Yogyakarta: Andi.