

DAFTAR PUSTAKA

- Agnu, O., Wulandari, D., Pradiva, F. A., & Aziz, G. A. (2020). *Pengaruh persepsi kemudahan dan kegunaan terhadap kepuasan dalam membangun loyalitas pengguna OVO*. *Jurnal Manajemen dan Bisnis: Performa* Vol. 17, No. 2 September 2020. 17(2), 1–9.
- Alma, B. (2020). *Manajemen Pemasaran Dan Jasa* (B. Alma (ed.)). Alfabeta, cv.
- Desi. (2025). *Pengaruh Penerapan Augmented Reality (Ar) Terhadap Niat Pembelian Produk Kecantikan Maybelline Pada Generasi Z Di Indonesia* Skripsi, Universitas Atma Jaya Yogyakarta. Repository Universitas Atma Jaya Yogyakarta
- Diyatma, A. J. (2017). *Pengaruh promosi melalui media sosial instagram terhadap keputusan pembelian produk saka bistro & bar*. 4(1).
- Dimock, M. (2019). *Defining generations: Where Millennials end and Generation Z Retrieved December 28, 2020*, from <https://www.pewresearch.org/fact-tank/2019/01/17/where-millennials-endand-generation-z-begins/>
- Dr.Sudaryono. (2016). *Manajemen pemasaran*. C.V ANDI OFFSET.
- Fahira, S., Hartati, T., & Amir, H. (2019). *Pengaruh citra merek dan harga terhadap keputusan pembelian maskara Maybelline (Studi kasus pada mahasiswi Administrasi Niaga Politeknik Negeri Jakarta)*. *Epigram*, 16(2), 205–210.
- Gerung, C. J., Sepang, J., & Loindong, S. (2017). *Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Nissan X-Trail Pada Pt. Wahana Wirawan Manado*. *Jurnal EMBA*, 5(2), 2221–2229. <https://doi.org/10.35794/EMBA.V5I2.16521>
- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Multivarite Dengan Program IBM SPSS 21*. Edisi Tuju. BP Universitas Diponegoro.
- Gultom, S. B., & Sari, D. (2019). *Pengaruh Brand ambassador Blackpink Terhadap Brand image E-Commerce Shopee The Influenced Of Blackpink as Brand ambassador Toward Brand image at E-Commerce Platform Shopee*. *Universitas Telkom*, 6(2), 4047.
- Hakim, L. (2016). *Analisis Pengaruh Brand image Terhadap Keputusan Konsumen Pada Bpr Sejahtera Batam*. *Jurnal Dimensi*, 5(1), 1–15. <https://doi.org/10.33373/dms.v5i1.19>
- Indah. (2014). *Buku Praktis Mengembangkan SDM*. Laksana.

Islam, M. S., Islam, M. S., & Hasan, M. M. (2009). *Development Model of Marketing Capabilities and Export Performance of SMEs: A Proposed Study*. *European Journal of Business and Management*, 10(22), 107–114. <https://doi.org/10.13140/ejbm.2013.55.65>

Kotler. (2021). *Manajemen Pemasaran*. In Edisi 11. Jakarta: PT. Indeks.

Kotler, & Keller. (2021). *Manajemen Pemasaran*. *Manajemen Pemasaran*. <https://doi.org/10.1890/09-2296.1.Abrams>

Listiana, S., & Sudarusman, E. (2023). *Pengaruh gaya hidup, kualitas produk, dan citra merek terhadap pembelian kosmetik Maybelline di Kota Yogyakarta*. *Cakrawangsa Bisnis: Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, 4(2), 43–54. <https://doi.org/10.35917/cb.v4i2.453>

Masyita, D. A., & Yuliati, A. L. (2017). *Pengaruh Brand ambassador dian sastrowardoyo terhadap Brand image produk make up L'OREAL PARIS (studi pada konsumen L'OREAL kota BANDUNG)*. *Jurnal Riset Akuntansi Mercu Buana*, 3(1), 41. <https://doi.org/10.26486/jramb.v3i1.408>

Martadiyani, F., & Sarah, S. . (2024). *Pengaruh Brand image dan Brand ambassador Terhadap Keputusan Pembelian Pada Aplikasi Bukalapak*. *Jurnal Nasional Manajemen Pemasaran Dan SDM*, 5(4), 681 – 696. <https://doi.org/10.47747/jnmpsdm.v5i4.2546>

Misri & Yulia Sasmita (2019) *Pengaruh Brand ambassador Dan Brand image Terhadap Keputusan Pembelian Pada Handphone Oppo (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi)*. Vol 2, No 18

Mudzakir, F. (2018). *the Influence of Brand ambassador Usage Toward Brand image of Oppo*. *Industrial Research Workshop and National Seminar*, 648–655.

Novianti, C. T., & Usmany, A. E. M. (2024). *Pengaruh Brand ambassador Dan Brand image Terhadap Keputusan Pembelian Scarlett Whitening Pada Kalangan Remaja Di Sumatera Utara*. *Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ)*, 4(6), 9635–9646. <https://doi.org/10.37385/msej.v4i6.3865>

Nurhayati, E., & Supomo, R. (2018). *Manajemen Sumber Daya Manusia Untuk Mahasiswa Dan Umum*. Yrama Widya.

Nurjamad, moh. A. (2019). *Pengaruh Brand image Terhadap Loyalitas Pelanggan CV.MA di Bandung*. *Jurnal.Pasim.Ac.Id*, 11(1).

PR Newswire. (2023). PR Newswire UK. <https://www.prnewswire.co.uk>

- Priansa, D. J. (2017). *Perilaku Konsumen dalam Persaingan Bisnis*. CV. Alfabeta.
- Prof.Dr.H.Buchari Alma. (2018). *No Title Manajemen pemasaran pemasaran jasa*. ALFABETA.
- Putra, M. (2014). Pengaruh *Brand ambassador* Terhadap *Brand image* Serta Dampaknya Terhadap Keputusan Pembelian (Survey pada pengguna LINE di Asia). *Jurnal Administrasi Bisnis S1 Universitas Brawijaya*, 12(1), 83211.
- Santoso, S. (2010). *Statistik Multivariat Konsep dan Aplikasi dengan SPSS*. PT Elex Media Komputindo.
- Sari, N. (2018). Analisis *Brand image* The Coffee Cafe Bandar Lampung. *Jurnal GEMA*, X(1), 1–8.
- Sari, Y. M., Hayu, R. S., & Salim, M. (2021). The Effect of Trustworthiness, Attractiveness, Expertise, and Popularity of Celebrity Endorsement. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 9(2), 163–172. <https://doi.org/10.26905/jmdk.v9i2.6217>
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Sunyoto, D. (2014). *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran* (Ketiga). CAPS (Center of Academic Publishing Serfice).
- Supriyadi, Fristin, Y., & Indra, G. (2020). Pengaruh kualitas produk dan *Brand image* terhadap keputusan pembelian. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 3(1), 1–10.
- Tjiptono, F. (2020). *Pemasaran Jasa*. Andi.
- Triana, N. N., & Fachrury, M. R. (2019). *Pengaruh Promosi Melalui Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Dalam Viral Marketing Di Cv Seragam Sekolah Bhinneka KarawanG*. 1, 108–117.
- Wardhana, A., & Mardiani, A. S. (2018). Pengaruh *Brand ambassador* Terhadap Minat Beli Bandung Kunafe Cake. *Komunikasi Dan Bisnis*, 5(2), 2577–2583.
- Wayan, I. D. D., Sanjaya, I. W. K., & Praminatih, G. A. (2023). Pengaruh “Celebrity Endorsement” dan Citra Destinasi Terhadap Minat Berkunjung Gen Z Indonesia ke Korea Selatan. *PARIS (Jurnal Pariwisata Dan Bisnis)*, 2(4).
- Wulandari, C. (2019). Pengaruh *Brand ambassador* terhadap keputusan pembelian smartphone Oppo F3 di Samarinda. *Jurnal Ilmu Manajemen Mulawarman*, 3(4), 1–15.
- Zakiyudin. (2018). *Teori dan Praktek Manajemen : Sebuah Konsep Yang Aplikatif Disertai Profil Wirausaha Sukses*. MITRA WACANA MEDIA.