

DAFTAR PUSTAKA

Buku :

- Anang, Firmansyah (2019). *Pemasaran (Dasar Dan Konsep)*. Cetakan Pertama,
- Andreas Wijaya (2019). *Metode Penelitian Menggunakan Smart PLS 03 /* Penulis, Andreas Wijaya.
- Ansori, M. 2020. *Metode Penelitian Kuantitatif Edisi 2*. Airlangga University Press.
- Dwi Ratmono, Mahfud Sholihin., 2021 *Analisis SEM-PLS dengan WarpPLS 7.0 untuk Hubungan Nonlinier Dalam Penelitian Sosial dan Bisnis*
- Endah Saptutyingsih dan Esty Setyaningrum. (2019). *Penelitian kuantitatif Metode dan Analisis* . Yogyakarta: Gosyen Publishing.
- Ghozali, I. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 26 Edisi 10*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Handayani, Ririn.2020. *Metodologi Penelitian Sosial*. Yogyakarta: Trussmedia Grafika. Jakarta : CV. Penerbit Qiara Media
- Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2019). *Marketing 4.0 Bergerak Dari Tradisional Ke Digital*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Kusuma, A. H. P., Sudirman, A., Purnomo, A., Aisyah, S., Sahir, S. H., Rumondang, A., ... & Simarmata, J. (2020). *Brand Management: Esensi, Posisi dan Strategi*. Yayasan Kita Menulis.
- Nurmawati 2021. *Perilaku Konsumen dan Keputusan Pembelian*. pertama ed. Malang: Media Nusa Creative.
- Seran, Sirilius (2020), *Metodologi Penelitian Ekonomi dan Sosial*, Yogyakarta: Deepublish,
- Sugiyono. (2019). *In Metode Penelitian Kuantitaif, Kualitatif dan R & D* (p. 394)

Jurnal :

- Alicia, S., & Ong, L. (2021). *Pengaruh Duta Merek terhadap Citra Merek L'Oreal Paris*. *Jurnal Ilmu Komunikasi dan Bisnis*, 6(2), 154-175.
<http://www.journal.starki.id/index.php/JIK/article/view/470>

- Arianty, N., & Andira, A. (2021). *Pengaruh brand image dan brand awareness terhadap keputusan pembelian. Maneggio: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 4(1), 39-50.
<https://garuda.kemdikbud.go.id/documents/detail/2420360>
- Azizah, N. (2021). *Pengaruh Brand Awareness, Transparansi, dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Masyarakat Menyalurkan ZIS di Crowdfunding Kitabisa.com* (Doctoral dissertation, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta). Bandung : Alfabeta. Diakses pada tanggal 22 Desember 2021.
<https://repository.upnvj.ac.id/11879/>
- Brestilliani, L., & Suhermin, S. (2020). *Pengaruh Brand Awareness, Brand Ambassador, dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Online Pada Marketplace Shopee (Studi Pada Mahasiswa Stiesia)*. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen (JIRM)*, 9(2).
<http://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jirm/article/view/2983>
- Daulay, A., & Andryani, D. (2021). *Pengaruh Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian Yang Dimediasi Oleh Brand Image (Survey Pada sabun Antiseptik Lifebuoy Di Kelurahan Gedung Johor)* (Doctoral dissertation, UMSU). Diakses pada tanggal 4 September 2021.
<http://repository.umsu.ac.id/handle/123456789/15593>
- Dwijantoro, R., Dwi, B., & Syarief, N. (2022). Pengaruh harga, kualitas produk, dan promosi terhadap keputusan pembelian marketplace shopee. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis*, 16(2), 63-76.
<http://e-journalfb.ukdw.ac.id/index.php/jrmb/article/view/392>
- Ernawati, R., Dwi, A. B., & Argo, J. G. (2021). *Analisis Pengaruh Promosi, Harga, dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian pada Situs E commerce Zalora di Jakarta. Business Management Analysis Journal (BMAJ)*, 4(2), 200-218.
<https://jurnal.umk.ac.id/index.php/bmaj/article/view/6663>
- Faridatullah, F. (2020). *Analisis brand awareness dan brand trust terhadap keputusan pembelian kerudung: studi pada mahasiswi jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) UIN*

Mataram (Doctoral dissertation, UINMataram). Diakses pada tanggal 18 Mei 2022.

<http://etheses.uinmataram.ac.id/2407/>

Hafilah, E., Chaer, V., & Usman, O. (2019). the effect of brand ambassador, brand image, product quality, and price on purchase decisions SAMSUNG smartphones. *Brand Image, Product Quality, and Price on Purchase Decisions Samsung Smartphones (January 11, 2019)*.

https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3314080

Hanafi, M. F. A. *Pengaruh Penggunaan Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian di Blibli Melalui Brand Awareness*. Diakses pada tanggal 30 Agustus 2022.

<https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/64897>

Iranita, I. (2020). Analisis Faktor-Faktor Kemasan (Packaging) dalam Mempengaruhi Keputusan Pembelian Oleh-Oleh Makanan Khas Tanjungpinang. *Bahtera Inovasi*, 3(2), 182-193.

<https://ojs.umrah.ac.id/index.php/bahterainovasi/article/view/3334>

Kenny, K., & Erdiansyah, R. (2021). *Pengaruh Brand Awareness, Perceived Quality dan Consumer Attitude terhadap Purchase Intention Produk Skin Care Telaah pada Konsumen Pria di Indonesia*. *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Kewirausahaan*, 5(4), 431-435.

<https://journal.untar.ac.id/index.php/jmbk/article/view/12806>

Manik, C. M., & Siregar, O. M. (2022). Pengaruh Brand Image dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian pada Konsumen Starbucks di Kota Medan. *Journal of Social Research*, 1(7), 694-707.

<https://ijsr.internationaljournallabs.com/index.php/ijsr/article/view/134>

Masyita, D. A., & Yuliati, A. L. (2017). *Pengaruh brand ambassador dian sastrowardoyoterhadap brand image produk makeup L'OREAL PARIS (studi pada konsumen L'OREAL kota BANDUNG)*. *Jurnal Riset Akuntansi Mercu Buana*, 3(1), 41-47.

<https://ejurnal.mercubuana-yogya.ac.id/index.php/akuntansi/article/view/408>

Masdianti, M., Jalal, A., & Wulandari, K. (2022). *"Analisis brand image, harga dan kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan dengan kepercayaan konsumen sebagai variabel moderating pada pengguna roda dua aplikasi jasa online Maxim di kota Tanjungpinang* (Doctoral dissertation,

Universitas Maritim Raja Ali Haji).

<http://repositori.umrah.ac.id/3362/>

Maulani, L. (2021), *Pengaruh Brand Image, Brand Awareness, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Konsumen Elzatta Ponorogo City Center* (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Ponorogo). Diakses pada tanggal 29 November 2021.

<http://eprints.umpo.ac.id/4015/>

Minnatillah, N. (2022). *Pengaruh Brand Ambassador, Brand Personality Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Nature Republic (Studi Kasus pada Penggemar NCT 127 di Jakarta)* (Doctoral dissertation, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Jakarta).

<http://repository.stei.ac.id/9341/>

Mu'nisah, S., Basalamah, M. R., & Hatneny, A. L. (2022). *Pengaruh Brand Ambassador, Brand Personality Dan Korean Wave Terhadap Keputusan Pembelian Produk Nature Republik Aloe Vera*. *Jurnal Ilmiah Riset Manajemen*, 11(12).

<http://repository.unisma.ac.id/handle/123456789/4304>

Muzammil Ilmi, L.I.S.T.I.G.H.F.A.R.O.H. (2019). *Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sabun Cair FEIRA WHITE SHOWER CREAM Di Surabaya* (Doctoral dissertation, UNIVERSITAS WIJAYA PUTRA).

<http://eprints.uwp.ac.id/id/eprint/1428/>

Nasution, A. E., Putri, L. P., & Lesmana, M. T. (2019, October). Analisis pengaruh harga, promosi, kepercayaan dan karakteristik konsumen terhadap keputusan pembelian konsumen pada 212 mart di kota medan. *In Prosiding Seminar Nasional Kewirausahaan* (Vol. 1, No. 1, pp. 165-173).

<https://jurnal.umsu.ac.id/index.php/snk/article/view/3594>

Ngantung, C. V. (2021). *Pengaruh Penggunaan Brand Ambassador BTS Dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Produk Melalui Minat Beli Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Di Tokopedia/Cynthia Veronica Ngantung/73170135/Pembimbing: Sylvia Sari Rosalina*.

<http://eprints.kwikkiangie.ac.id/3497/>

Nuryani, D. (2022). *Pengaruh Penetapan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Di PT Soka Cipta Niaga* (Doctoral dissertation, FISIP UNPAS). Diakses pada tanggal 25 Oktober 2022.

<http://repository.unpas.ac.id/59896/>

- Paramitha, M. P. (2022). Pengaruh Brand Ambassador, Brand Image, dan Brand Awareness Terhadap Purchase Decision MS Glow di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 10(1).
<https://jimfeb.ub.ac.id/index.php/jimfeb/article/view/8029>
- Pintubatu, C., & Saputri, M. E. (2021). Pengaruh Brand Image Dan Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian Pada Tokopedia. *eProceedings of Management*, 8(5).
<https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/management/article/view/16217>
- Primadasa, Y. G. (2019). Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Produk pada Marketplace Shopee (Studi Pada Karyawan di PT. Percetakan Gramedia Cikarang). *Skripsi. Bekasi: Fakultas Ekonomi Bisnis Dan Ilmu Sosial Universitas Pelita Bangsa*.
<https://ecampus.pelitabangsa.ac.id/pb/>
- Ragatirta, L. P., & Tiningrum, E. (2020). Pengaruh Atmosphere Store, Desain Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus di Rown Division Surakarta). *Journal Of Management, Business And Education*, 7(2), 143-152.
<https://e-journal.stie-aub.ac.id/index.php/excellent/article/view/793>
- Ramadayanti, F. (2019). Peran brand awereness terhadap keputusan pembelian produk. *Jurnal Studi Manajemen Dan Bisnis*, 6(2), 111-116.
<https://journal.trunojoyo.ac.id/jsmb/article/view/6690/4209>
- Rumaidlany, D., Mariam, S., & Ramli, A. H. (2022). *Pengaruh Brand Image Dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Pada Mc Donald'S Di Palmerah Jakarta Barat*. *Jurnal Lentera Bisnis*, 11(2), 102-108.
<https://plj.ac.id/ojs/index.php/jrlab/article/view/567>
- Rumengan, A. N., Tawas, H. N., & Wenas, R. S. (2015). Analisis citra merek, kualitas produk, dan strategi harga terhadap keputusan pembelian mobil Daihatsu Ayla cabang Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 3(2).
<https://ejournal.unsrat.ac.id/v3/index.php/emba/article/view/8696>
- Salam, A., & Sukiman, S. (2021). *Pengaruh Green Marketing dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Produk Merek Aqua*. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 11(1), 69-80.

https://jurnal.um-palembang.ac.id/ilmu_manajemen/article/view/3427

Situmorang, P. A. (2022). *Pengaruh Brand Ambassador dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian Produk L'Oréal Paris di Kota Medan* (Doctoral dissertation, Universitas Sumatera Utara).

<https://repositori.usu.ac.id/handle/123456789/49179>

Supit, D. D. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, Dan Kuaalitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Produk Kecantikan. *Jurnal Manajemen & Bisnis Kreatif*, 155.

<https://eprints.uny.ac.id/65021/>

Susilawati, A. D., Hanfan, A., & Anugrah, F. H. (2021). Pengaruh Brand Image, Brand Ambassador, Word Of Mouth dan Testimony In Social Media terhadap Keputusan Pembelian Hijab Sulthanah di Kota Tegal. *Dialektika*, 6(1),370408.

<http://ejournal.uniramalang.ac.id/index.php/dialektika>

Tangkas , N. B. P. (2022). *Pengaruh Brand Ambassador Dan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Di SHOPEE: Studi Pada Mahasiswa Prodi SI Manajemen Universitas Pendidikan Ganेशha* (DoctoralIndissertation, Universitas Pendidikan Ganेशha).

<https://repo.undiksha.ac.id/10979/>

Wahyudi, I., & Prarendra, I. (2015). Analisis Faktor Dominan Celebrity Endorser Yang Membentuk Brand Image Garnier Facial Wash Fruit Energy (studi Kasus: Mahasiswa/i Prodi Administrasi Bisnis Universitas Telkom). *eProceedings of Management*, 2(2).

<https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/>

Yudhistira, V., & Patrikha, F. D. (2021). Pengaruh Promosi Penjualan Dan Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Variabel Kepercayaan Sebagai Mediator (Studi Pada Produk Fashion Online Di Surabaya). *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (Jptn)*, 9(2), 1237-1243.

<https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/jptn/article/view/40553>

Brand Finance, (2020), *Top 10 Most Valuable Cosmetic Brands*, diakses pada 4 Mei 2022

<https://brandfinance.com/press-releases/loreal-is-looking-good-as-worlds-most-valuable-cosmetics-brand>