

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Wahid Muslim, “Pengaruh Media Sosial, *E-Service Quality* dan Harga terhadap Keputusan Pembelian yang di Mediasi Oleh Gaya Hidup ”, *Jurnal Riset Bisnis dan Manajemen Vol 6 ,No.2, 2018*
- Agnes Arum Kusuma Wardani, *Peran Brand Ambassador , Brand image, Dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen ( Studi Kasus Co-Branding Samsung X Bts )*. (Edunomika: Surakarta, 2022)
- Amalia, Atika, Dan Markonah Markonah. “Pengaruh Sertifikasi Halal, Harga Dan *Brand Ambassador* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Wardah Di Jakarta.” *Perbanas Journal Of Islamic Economics And Business* 2, No. 2 (23 Agustus 2022): 157. <https://doi.org/10.56174/Pjieb.V2i2.49>.
- Amelia, Serli Ria, Siti Maulidia Ainun Nisya’, Dan Laily Muzdalifah. “Pengaruh *Brand Ambassador, Brand image, Dan Country Of Origin* Terhadap Minat Beli Konsumen,” 2023.
- Anggraini, Melia, Dan Vicky F Sanjaya. “Pengaruh Kelompok Referensi, Media Sosial, Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Pada Generasi Milenial” 6(3) (2020).
- Aref Puadi dkk, “Hubungan Bundling Harga, Citra Merek, dan Keputusan Pembelian pada *E-Commerce* Shopee Indonesia”, *Jurnal Manajemen Sains dan Organisasi*, vol. 4 No. 3 2023
- Bagus Nurcahyo, Analisis Dampak Penciptaan *Brand image* dan Aktivitas Word of Mouth (Wom) Pada Penguatan Keputusan Pembelian Produk Fashion, *Jurnal Nusamba Vo..3 No.1(April 2018)*
- Barus, Ngalemisa Br, Monika Pangaribuan, Dan Suri Purnami. “Pengaruh Promosi Menggunakan Media Sosial Tiktok Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Ms Glow Pada Mahasiwa Di Kota Medan,” 2021.

- Budiyanto, Arief, Ibrahim Bali Pamungkas, Dan Alvin Praditya. “Pengaruh Media Sosial Terhadap Minat Beli Dan Keputusan Pembelian Konsumen: Analisis Bibliometrik.” *Jurnal Ekonomi Manajemen* 8, No. 2 (7 Maret 2023): 133–42. <https://doi.org/10.37058/Jem.V8i2.5468>.
- Dewa, Chriswardana Bayu, Dan Lina Ayu Safitri. “Pemanfaatan Media Sosial Tiktok Sebagai Media Promosi Industri Kuliner Di Yogyakarta Pada Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Akun Tiktok Javafoodie).” *Khasanah Ilmu - Jurnal Pariwisata Dan Budaya* 12, No. 1 (29 Maret 2021): 65–71. <https://doi.org/10.31294/Khi.V12i1.10132>.
- Dhafa Gida Ramadhan dkk, “Pengaruh *Brand Ambassador* terhadap Keputusan Pembelian(pada Studi Kasus Arief Muhammad Sebagai *Brand Ambassador*) Erigo”, e-Proceeding of Management : Vol.9, No.4 Agustus 2022
- Diyatma, Aris Jatmika. “Pengaruh Promosi Melalui Media Sosial Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Produk Saka Bistro & Bar” 4(1) (2017).
- Ermawati, Ermawati, Atika Husaini, Dan Irham Pakkawaru. “Pengaruh Penggunaan Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Kuota Internet Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Iain Palu.” *Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Bisnis Islam* 2, No. 1 (22 Juni 2020): 36–58. <https://doi.org/10.24239/Jiebi.V2i1.22.36-58>.
- Fatimah Cahyaningrum, Suhendro, & Anita Wijayant, *Pengaruh faktor keuangan dan nonkeuangan terhadap return saham dengan kebijakan dividen sebagai variabel mediasi. Jurnal Ekonomi, Keuangan dan Manajemen*. Volume. 18 Issue 2 (2022),
- Ferdiana Fasha, Anisha, Muhammad Rezqi Robi, Dan Shindy Windasari. “Determinasi Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli: *Brand Ambassador* Dan *Brand image* (Literature Review Manajemen Pemasaran).” *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial* 3, No. 1 (15 Januari 2022): 30–42. <https://doi.org/10.38035/Jmpis.V3i1.840>.
- Ghadani, Amelia, Ani Muwarni Muhar, Dan Ade Indah Sari. “Pengaruh *Brand Ambassador* Dan *Brand image* Terhadap Keputusan Pembelian Di Shopee

- Dengan Mediasi Brand Awareness.” *Insight Management Journal* 2, No. 3 (30 Mei 2022): 110–18. <https://doi.org/10.47065/Imj.V2i3.200>.
- Hariyanto, Rivan Christian, Dan Andi Wijaya. “Pengaruh *Brand Ambassador*, *Brand image* Dan Brand Awareness Terhadap Purchase Decision.” *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan* 4, No. 1 (30 Januari 2022): 198. <https://doi.org/10.24912/Jmk.V4i1.17192>.
- I Made Wira Bimantara, “Peranan Media Sosial dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Rekaman di Demores Rumah Musik”, *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*, Vol. 13 No. 1 (2021). hal 108
- Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Progam IBM SPSS 19*, (Semarang : badan penerbit undip 2011
- Indriyani, Ratih, Dan Atita Suri. “Pengaruh Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Motivasi Konsumen Pada Produk Fast Fashion.” *Jurnal Manajemen Pemasaran* 14, No. 1 (4 Maret 2020): 25–34. <https://doi.org/10.9744/Pemasaran.14.1.25-34>.
- “Pengaruh Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Motivasi Konsumen Pada Produk Fast Fashion.” *Jurnal Manajemen Pemasaran* 14, No. 1 (4 Maret 2020): 25–34. <https://doi.org/10.9744/Pemasaran.14.1.25-34>.
- Philip Kotler Dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta : Erlangga 2016)
- Philip Kotler Dan Kevin Lane Keller, *Intisari Manajemen Pemasaran*, (Yogyakarta : Andi 2021)
- Japlani, Ardiansyah. “Pengaruh Harga Dan Promosi Melalui Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Pada Butik Di Kota Metro Lampung.” *Jurnal Manajemen* 14, No. 2 (2020).
- Kartikasari, Didin, Zainul Arifin, Dan Kadarisman Hidayat. “Pengaruh Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian,” 2021.
- Kotler, Philip, Dan Gary Armstrong. *Principles Of Marketing*. Seventeenth Edition. Hoboken: Pearson Higher Education, 2018.

- Luthfiana, Remares Rizqia, Dan Dian Purworini. "Pengaruh *Brand Ambassador* Dan Social Media Instagram @Npureofficial Terhadap Keputusan Pembelian Produk Npure," 2023.
- Mahardika, I Kadek Riki, Dan I Putu Putra Astawa. "Meningkatkan Keputusan Pembelian Dengan Product Bundling, In Store Display, Dan Diskon." *Jurnal Manajemen* 3, No. 12 (2023).
- . "Meningkatkan Keputusan Pembelian Dengan Product Bundling, In Store Display, Dan Diskon." *Jurnal Manajemen* 3, No. 12 (2023).
- Musrifah Mardiani Sanaky, La Moh. Saleh dan Henriette D, Analisis Fktor-Faktor Penyebab Keterlambatan Pada Proyek Pembangunan Gedung Asrama Man 1 Tulehu Maluku Tengah, *Jurnal Simestrik Vol.1* (Juni 2021),
- Muhtadin, Muh Sabilal, Dan Tjahjono Djatmiko. "Pengaruh *Brand Ambassador* Terhadap *Brand image* Shampo Pantene Di Bandung" Vol.5, No.2 (2018).
- Nahari, Akhmad Yasin Rizki. "Pengaruh Penggunaan Media Sosial Tiktok @Erigo.Store Terhadap Keputusan Pembelian Produk Erigo." 05 (2021).
- Ningsi, Wiwik Putri Wahyu, Dan Sri Ekowati. "Pengaruh Promosi Di Media Sosial Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Skincare Ms Glow" 2(1) (2021).
- Nurul Fatimah, Pengaruh Media Sosial, Electronic Word Of Mouth, dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli (Studi Pada Toko Poeniko Batik di Pekalongan), UNNES, 2020
- Paramitha, Miranda Pradnya. "Pengaruh *Brand Ambassador*, *Brand image*, Dan Brand Awareness Terhadap Purchase Decision Ms Glow Di Indonesia," 2022.
- Purwati, Annung, Dan Mega Mirasaputri Cahyanti. "Pengaruh *Brand Ambassador* Dan *Brand image* Terhadap Minat Beli Yang Berdampak Pada Keputusan Pembelian." *Iqtishaduna: Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita* 11, No. 1 (16 Juni 2022): 32–46. <https://doi.org/10.46367/Iqtishaduna.V11i1.526>.
- Putri, Citra Sugianto. "Pengaruh Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Cherie Melalui Minat Beli" 1 (T.T.).

- Rahmahyanti, Retna Nur, Dan Ana Noor Andriana. “Pengaruh Pengaruh Kualitas Produk, *Brand Ambassador* Dan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Ms Glow.” *Ekonomi, Keuangan, Investasi Dan Syariah (Ekuitas)* 4, No. 4 (29 Mei 2023): 1143–51. <https://doi.org/10.47065/ekuitas.v4i4.3309>.
- Rahmat, Ayu Fauziah, Dedy Ansari Harahap, Dan Nindya Saraswati. “Pengaruh Advertising, *Brand Ambassador* Dan Product Bundling Terhadap Purchase Decision Pada Produk Scarlett Whitening.” *Bandung Conference Series: Business And Management* 3, No. 2 (28 Juli 2023): 749–57. <https://doi.org/10.29313/bcsbm.v3i2.8010>.
- Refiani, Alfhika Shania, Dan Ati Mustikasari. “Analisis Pengaruh Sosial Media Marketing Melalui Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Studi Pada This! By Alifah Ratu Tahun 2020” Vol.6, No.2 (2020).
- Richadinata, Kadek Riyan Putra, Dan Ni Luh Putu Surya Astitiani. “Pengaruh Iklan Sosial Media Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Lingkungan Universitas Bali Internasional.” *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana* 10, No. 2 (28 Februari 2021): 188. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2021.v10.i02.p05>.
- Romli, Gemintang Chalista, Dan Kristina Sisilia. “Pengaruh *Brand Ambassador* Dan *Brand image* Terhadap Proses Keputusan Pembelian Pada Katering Diet ‘Yellowfit Kitchen’: The Influence Of *Brand Ambassador* And *Brand image* On The Purchase Decision Process In ‘Yellowfit Kitchen’ Diet Catering.” *Jmbi Unsrat (Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis Dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi)*. 10, No. 1 (30 April 2023): 523–39. <https://doi.org/10.35794/jmbi.v10i1.47416>.
- Sadewa, Akbar Maulana. “Pengaruh *Brand Ambassador* Terhadap Keputusan Pembelian Haus! Bandung, Indonesia.” *International Journal Administration, Business & Organization* 4, No. 3 (30 Desember 2023): 1–8. <https://doi.org/10.61242/ijabo.23.269>.
- Sagia, Ayu, Dan Syafrizal Helmi Situmorang. “Pengaruh *Brand Ambassador*, Brand Personality Dan Korean Wave Terhadap Keputusan Pembelian

- Produk Nature Republic Aloe Vera.” *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia* 5, No. 2 (1 Februari 2018): 286–98. <https://doi.org/10.31843/Jmbi.V5i2.168>.
- Salamah, Mukhayati, M. Fadhli Nursal, Dan Dewi Sri Wulandari. “Peran Social Media Marketing, *Brand image* Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Kosmetik Madame Gie Di Kab. Bekasi.” *Jurnal Economina* 2, No. 10 (11 Oktober 2023): 2686–2703. <https://doi.org/10.55681/Economina.V2i10.894>.
- Sari, Putri Regita, Yayan Hendayana, Dan Murti Wijayanti. “Pengaruh Social Media Marketing, *Brand Ambassador* Dan *Bundling product* Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Ms Glow Di Bekasi Utara.” *Jurnal Economina* 2, No. 9 (7 September 2023): 2579–95. <https://doi.org/10.55681/Economina.V2i9.835>.
- Syaichoni, Ahmad, Dan Rifki Sahara. “The Concept Of Al-Bay’ In The Perspective Of Maudū’ī Interpretation: Study Of Its Relevance To Technology-Based Transactions.” *Aqwal Journal Of Qur’an And Hadis Studies* 3, No. 1 (30 Juni 2022): 16–29. <https://doi.org/10.28918/Aqwal.V3i1.5706>.
- Triyana, I Gusti Ngurah. “Media Sosial Dalam Proses Pembelajaran Di Perguruan Tinggi.” *Guna Widya: Jurnal Pendidikan Hindu* 5, No. 1 (1 November 2018). <https://doi.org/10.25078/Gw.V5i1.614>.
- Umil Khoiriyah. “Pengaruh Viral Marketing Dan Advertising Effectiveness Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare (Studi Pada Produk Ms Glow Di Pasir Pengaraian).” *Hirarki: Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis* 4, No. 2 (30 Juni 2022): 763–81. <https://doi.org/10.30606/Hirarki.V4i2.1529>.
- Vira Maghfirah, “Pengaruh *Brand Ambassador* dan *Brand image* terhadap Keputusan Pembelian Produk Erigo pada Mahasiswa Universitas Trunojoyo”, *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, Vol 02, No 03 (2023)

- Viany Indah Anggraeny, "Fear of Floating: Studi Empiris Sistem Nilai Tukar secara de facto di Indonesia dalam Periode 1994-2003". Skripsi. (Depok: Universitas Indonesia, 2009)
- Witarsana, I Gusti Agung Gede, I Dewa Putu Hendri Pramana, Ni Putu Diah Prabawati, Ida Bagus Putu Puja, Dan I Made Dhani Pramana Pinatih. "Pengaruh Sales Promosi Dengan Price Bundling Terhadap Keputusan Pembelian Masa Pandemi Covid 19 Di Bali." *Jshp: Jurnal Sosial Humaniora Dan Pendidikan* 6, No. 2 (3 Mei 2022): 89–109. <https://doi.org/10.32487/jshp.v6i2.1445>.
- Wulandari, Citra. "Pengaruh *Brand Ambassador* Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Oppo F3 Di Samarinda," 2018.