

## DAFTAR PUSTAKA

- Agustina. 2011. Manajemen Pemasaran. Bandung : Alfabeta
- Agustina, G. (2021). Pengaruh Brand Ambassador Dan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Marketplace Tokopedia. *Program Studi Manajemen Stie Stan–Indonesia Mandiri*, 111-112.
- Amrullah., Dan Yulihardi. 2020. Pengaruh Iklan Dan Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Axis Pada Mahasiswa Fkip Universitas Bung Hatta Padang. *Riau Economics And Business Reviewe*, Vol. 11 No.2, Pp. 124
- Andini, P. N., & Lestari, M. T. (2021). Pengaruh Brand Ambassador Dan Brand Image Terhadap Minat Beli Pengguna Aplikasi Tokopedia (Studi Kuantitatif Pada Pengguna Aplikasi Tokopedia Di Dki Jakarta). *Eproceedings Of Management*, 8(2).
- Firmansyah, M. Anang. 2018. Perilaku Konsumen (Sikap Dan Pemasaran). Yogyakarta: Cv Budi Utama.
- Ghozali, I. (2011). Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program Ibm Spss 19 (Edisi Kelima). Universitas Diponegoro. Semarang.
- Ghozali, Imam. 2018. Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program Ibm Spss 25. Badan Penerbit Universitas Diponegoro: Semarang
- Gita, D., & Setyorini, R. (2016). Pengaruh Brand Ambassador Terhadap Brand Image Perusahaan Online Zalora.Co.Id. *E-Proceeding Of Management*, 3, 620–625.
- Hafizah, N. (2022). *Pengaruh Promosi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pt Sarigading Pusaka Kalimantan Banjarmasin* (Doctoral Dissertation, Universitas Islam Kalimantan Mab).
- Hastuti, M. A. S. W., & Anasrulloh, M. (2020). Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmiah Ecobuss*, 8(2), 99-102.
- Ilaisyah, H. L., & Sulistyowati, R. (2020). Pengaruh Brand Ambassador Dan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Marketplace Tokopedia. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (Jptn)*, 8(3), 904-910.

- Izam, M. S. (2019). Pengaruh Iklan Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Pocari Sweat (Studi Pada Pengunjung Pantai Gemah, Tulungagung). Universitas Muhammadiyah Malang.
- Kotler, Phillip Dan Kevin Lane Keller.(2016). Manajemen Pemasaran Edisi 12 Jilid 1& 2.Jakarta: Pt. Indeks.
- Katrin, I. L., & Setyorini, H. D. (2018). Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Di Restoran Javana Bistro Bandung. *The Journal Gastronomy Tourism*, 3(2), 75-83.
- Kertamukti, R. (2015). Strategi Dalam Periklanan. Raja Grafindo Persada.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2014). Prinsipprinsip Pemasaran. Pearson Prentice Hall Iac: Global Edition. Kotler, P., & Keller, K. (2016). Marketing Management. Pearson Prentice Hall Iac: Edition New Jersep.
- Limawati (2021) Pengaruh Bts Sebagai Brand Ambassador Dan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Oleh Generasi Z (Studi Kasus: Marketplace Tokopedia). Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Medan Area 2021.
- Lupiyoadi,R. (2013). Manajemen Pemasaran Jasa. Jakarta : Salemba Empat.
- Maulana, S. M. (2015). Implementasi E-Commerce Sebagai Media Penjualan Online. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 29.
- Misri., Dan Yulia Sasmita. 2019. Pengaruh Brand Ambassador Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Pada Handphone Oppo (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi). Pp. 60.
- Morissan. (2012). Periklanan. Jakarta: Kharisma Putra Utama.
- Natalia, P., & Mulyana, M. (2014). Pengaruh Periklanan Dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 2(2), 119-128.
- Permana, D. I. (2017). Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Lantai Kayu Dan Pintu Pt. Piji Di Jawa Timur. *Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 2(1), 117-123.

- Putra, R. P. (2018). Pengaruh Harga Iklan Dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Televisi Merek Lg Electronic (Survey Pada Toko Electronic Log In Mega Store Bandung). Unpas Bandung.
- Royan, Frans M. 2005. Marketing Selebritis: Selebritis Dalam Iklan Dan Strategi Selebritis Memasarkan Diri Sendiri. Jakarta: Pt.Elex Media Komputindo.
- Saptutyningasih, Endah & Esty Setyaningrum. (2020). Penelitian Kuantitatif Metode Dan Alat.Sleman: Gosyen Publishing
- Savitri, A. (2012). Pengaruh Brand Awareness, Brand Personality Dan Brand Culture Terhadap Pembentukan Brand Image Pada Anggota Aiesec Local Committee Universitas Brawijaya Malang. Universitas Brawijaya.
- Shinta, N. R. T. (2020). *Analisis Pengaruh Brand Ambassador, Advertising Campaign, Serta Country Of Origin Terhadap Minat Beli Pada Situs Tokopedia. Com* (Bachelor's Thesis, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Uin Jakarta).
- Situmorang Dan Lutfi M. 2014. Untuk Riset Manajemen Dan Bisnis. Medan: Usu Press
- Sugiyono. (2014). Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D. Cv Alfabeta.
- Sugiyono (2019). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D. Bandung : Alfabet.
- Suryani. Apriliana. 2019. Kajian Teori Tema Desain Arsitektur Tropis. Tema Desain Pada Proyek “Pusat Informasi Ilmu. Pengetahuan Teknologi Ramah Lingkungan Di Surabaya”. Universitas Katolik Soegijapranata. Hal 242.
- Wahyuati, A. (2016). Pengaruh Celebrity Endorser Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen (JIRM)*, 5(5).

Wibisono, L. K., Ratna, M., & Trahutami, S. (2016). Kontek Dan Referensi Wacana Iklan Ajinomoto Versi Bahasa Jepang. *Japanese Literature*, 2(1), 1-12.

