

DAFTAR PUSTAKA

- Amanah, A. D., Pudjianto, A., & Andayani, S. (2022, August). Pengaruh Brand Ambassador, Digital Marketing dan Merchandise terhadap Keputusan Pembelian Lemonilo pada Nctzen Indonesia. In *Seminar Nasional Hasil Skripsi* (Vol. 1, No. 01, pp. 246-249).
- Amilia, S. (2017). Pengaruh citra merek, harga, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian handphone merek xiaomi di kota langsa. *Jurnal manajemen dan keuangan*, 6(1), 660-669.
- 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).
- Ani, J., Lumanauw, B., & Tampenawas, J. (2022). Pengaruh citra merek, promosi dan kualitas layanan terhadap keputusan pembelian konsumen pada e-commerce Tokopedia di kota Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 10(1), 663-674.
- Amin, A. M., & Yanti, R. F. (2021). Pengaruh Brand Ambassador, E-WOM, Gaya Hidup, Country Of Origin dan Motivasi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Korea Nature Republic. *Invest: jurnal inovasi bisnis dan akuntansi*, 2(1), 1-14.
- Aryani, M. (2021). Analisis digital marketing pada hotel kila di kabupaten lombok barat terhadap kepuasan konsumen. *Jurnal Visionary: Penelitian Dan Pengembangan Dibidang Administrasi Pendidikan*, 9(1), 22-32.
- Aziza, Y., & Hawignyo, H. (2022). Pengaruh digital marketing dan viral marketing terhadap keputusan Pembelian produk mie samyang. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 6(2), 10641-10652.
- Bayu, D. (2022). *Konsumsi Mi Instan Indonesia Terbesar Kedua di Dunia pada 2021*. Indonesia: <https://dataindonesia.id/varia/detail/konsumsi-mi-instan-indonesia-terbesar-kedua-di-dunia-pada-2021>.
- Cahyaningtyas, R., & Wijaksana, T. I. (2021). Pengaruh Review Produk dan Konten Marketing pada Tiktok terhadap Keputusan Pembelian Scarlett Whitening By Felicya Angelista. *eProceedings of Management*, 8(5).
- Cece, I. S. (2015). Pengaruh Brand Origin, Brand Ambassador dan Brand Image Terhadap Minat Beli Sepatu Macbeth di Sogo Galaxy Mall Surabaya. *Manajemen Kinerja*, 1(2), 101-110.

- Daulay, A. (2021). Pengaruh Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian yang Dimediasi Oleh Brand Image (Survey Pada Sabun Antiseptik Lifebuoy di Kelurahan Gedung Johor).
- Diniaty, D., & Agusrinal, A. (2014). Perancangan strategi pemasaran pada produk anyaman pandan. *SITEKIN: Jurnal Sains, Teknologi dan Industri*, 11(2), 175-184.
- Ghozali, Imam. 2018. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS
- Harto, B., Rozak, A., & Rukmana, A. Y. (2021). Strategi Marketing Belah Doeren Melalui Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Dimediasi Brand Image. *ATRABIS: Jurnal Administrasi Bisnis*, 7(1), 67-74.
- Herawan, M. N. G., Savitri, C., & Faddila, S. P. (2022). PENGARUH BRAND AMBASSADOR “BLACKPINK” DAN BRAND IMAGE TERHADAP MINAT BELI DI APLIKASI SHOPEE PADA MAHASISWA MANAJEMEN ANGKATAN 2018 UNIVERSITAS BUANA PERJUANGAN KARAWANG. *Buana Ilmu*, 7(1), 19-32.
- Irmayanti, S., & Annisa, I. T. (2023). Peran Mediasi Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Merek Lokal pada Wanita Urban. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis (JIMBI)*, 4(1), 106-116.
- Johannes, C. S., & Siagian, V. (2020). Pengaruh brand ambassador, kepercayaan, dan price discount terhadap minat beli di aplikasi tokopedia. *Jurnal Penelitian Ilmu Manajemen (JPIM)*, 6(2), 98-112.
- Kotler P, Keller KL (2009). Marketing management, 13th edition. Pearson International Edition.
- Kotler Philip dan Amstrong Gary 2012, Prinsip Prinsip Pemasaran Edisi 13 Jilid 1 Jakarta :Erlangga.
- Kotler, Keller. (2009). Manajemen Pemasaran. Penerbit Erlangga. Jakarta
- Kotler, P. (2009). Manajamen Pemasaran (Vol. 1 & 2). Jakarta: PT Indeks Kelompok
- Kotler, P., & Amstrong. G (2014). Principles of Marketing. Edited by Bob Sabran. Ke-12. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2018). Principles of Marketing (17th ed.). United Kingdom: Pearson Education Limited.
- Kotler, Philip dan Armstrong, Gary. 2008. Prinsip-prinsip Pemasaran. Edisi 12. Bahasa Indonesia. Jilid 1. Jakarta : Erlangga.

- Lombok, V. V., & Samadi, R. L. (2022). Pengaruh Brand Image, Brand Trust Dan Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk
- Emina (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Sam Ratulangi). *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 10(3), 953-964.
- Millennium, A. S., Suardana, I. W., & Negara, I. M. K. (2021). Pengaruh Digital Marketing Dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Pada Startup Bike Rental Bananaz Bali. *Jurnal IPTA (Industri Perjalanan Wisata) p-ISSN*, 2338, 8633.
- Mistianingrum, D., & Dermawan, R. (2022). Pengaruh Brand Ambassador Dan Tagline Iklan Terhadap Brand Awareness Pada Produk Mie Sedaap Di Hypermart Lippo Plaza Sidoarjo. *Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ)*, 3(4), 2292-2301.
- Mulyansyah, G. T., & Sulistyowati, R. (2021). Pengaruh digital marketing berbasis sosial media terhadap keputusan pembelian kuliner di kawasan G-Walk Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 9(1), 1097-1103.
- Saputra, G. W., & Ardani, I. G. A. K. S. (2020). *Pengaruh digital marketing, word of mouth, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian* (Doctoral dissertation, Udayana University).
- Sumarwan, U. (2003). *Teori Dan Penerapannya Dalam Pemasaran, Cetakan Pertama*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Sugiyono (2015). *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metodelogi Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif Dan R&D*. Bandung:
- Respati, W. D. (2017). Pengaruh Brand Ambassador, Brand Image, dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Produk Lipstik Wardah (Studi Kasus Pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember). *Journal of Undergraduate Thesis*, 1310411206, 1–7.
- Ryan, Damian., & Jones, Calvin. (2009). *Understanding Digital Marketing: Marketing Strategies for Engaging The Digital Generation*. United States: Kogan Page Limited.
- Utami, A. T., & Ellyawati, J. (2021). Peran Citra Merek, Celebrity Endorser, Kualitas Produk Dalam Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 22(1), 140-150.

- Winkok, J. P., William, W., & Joe, S. (2023). Pengaruh Digital Marketing, Brand Ambassador, Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Whitelab Pada Pengguna Whitelab Kota Medan. *Jurnal Wira Ekonomi Mikroskil*, 13(2), 126-139.
- Zulganef, Z. (2006). The existence of overall satisfaction in service customer relationships. *Gadjah Mada International Journal of Business*, 8(3), 301-321.