

DAFTAR PUSTAKA

- Ali, K. (2021). Pengaruh Tayangan Televisi , Celebrity Endorsement , Terhadap Citra Merek (Brand Image) Kosmetik “ Maybelline .” *Jurnal Gentiaras Manajemen Dan Akuntansi*, 13, 1–11.
- Ananingsih, T., Hasiholan, Leonardo Budi, S. M., & Wahyono, Eko Hadi, S. K. M. (2018). Pengaruh kualitas produk, promosi, harga dan saluran distribusi terhadap keputusan pembelian produk johnson and johnson indonesia. *Junal Ekonomi Dan Bisnis*, 1–10.
- Djunaidi, D., & Subagyo, H. (2020). Pengaruh Service Scape dan Brand Image Terhadap Kepuasan Konsumen di SK Coffee Lab Kota Kediri. *Ekonika : Jurnal Ekonomi Universitas Kadiri*, 5(1), 1. <https://doi.org/10.30737/ekonika.v5i1.830>
- Enggar, Y., Satriyono, G., & Nursamsu. (2019). Pengaruh Word Of Mouth (WOM) Dan Brand Image Terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Foto Pada Studio Foto 4 Warna Photography Kota Kediri. *JIMEK*, 2, 137–150.
- Fernando, M. F., & Aksari, N. M. A. (2018). PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, PROMOSI, DAN DISTRIBUSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SANITARY WARE TOTO DI KOTA DENPASAR. *E-Jurnal Manajemen*, 7(1), 441–469.
- Fikri, Miftah El, S.E., M. S. (2018). ANALISIS CITRA MEREK, HARGA, DISTRIBUSI DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SUNLIGHT OLEH KONSUMEN RUMAH TANGGA DI KOTA MEDAN (STUDI KASUS DI KECAMATAN MEDAN POLONIA). *Manajemen Tools*, 10(2), 109–124.
- Gadi, O. Y. A., & Iskandar, D. A. (2020). DISTRIBUSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK. *Jurnal ULTIMA Managemen*, 12(1), 46–61.
- Kharisma, L., & Hutasuhut, S. (2019). *Peran mediasi minat beli pada pengaruh brandambassador dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian*. 8(3), 197–215.
- Kholilullah, A. S., & Djawoto. (2017). Pengaruh brand image , harga, kualitas produk dan promosi terhadap keputusan pembelian. *Jurnal ILMU Dan Riset Manajemen*, 6(April), 1–22.
- Lestari, H. (2019). *PENGARUH BRAND AMBASSADOR DAN KOREAN WAVE TERHADAP CITRA MEREK SERTA DAMPAKNYA PADA KEPUTUSAN PEMBELIAN (Survei Online Pada Konsumen Innisfree Di Indonesia Dan*

China). 66(1).

Liya, I., Budiono, H., & Sanjaya, V. F. (2021). *PENGARUH HALLYU WAVE , BRAND AMBASSADOR , BRAND IMAGE DAN WOM TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA*. 2(1), 11–26.

Maksum, A. R., Arifin, R., & Hufron, M. (2018). *PENGARUH BRAND AMBASSADOR DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DENGAN BRAND IMAGE SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (Studi Kasus Pada Mahasiswa Pengguna OPPO Smartphone Di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Jurusan Manajemen Universitas Islam Malang)*. *E-Jurnal Riset Manajemen*, 1–11.

Monawati, N., Satriyono, G., & Nursamsu. (2019). *Pengaruh Marketing Mix Terhadap Keputusan Pembelian Vivo*. *JIMEK*, 2(2), 198–215.

Nisa, bianca nuriena. (2019). *Hubungan Terpaan Iklan dan Kredibilitas Brand Ambassador Dengan Minat Beli Produk Vivo Smartphone*.

Respati, widya D. (2017). *PENGARUH BRAND AMBASSADOR, BRAND IMAGE DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP MINAT BELI PRODUK LIPSTIK WARDAH*. 1310411206, 1–7.

Rilla, Y., & Soesanto, H. (2017). *Pengaruh persepsi kualitas produk, daya tarik promosi, dan brand ambassador terhadap keputusan pembelian dengan brand image sebagai variabel intervening*. *Journal of Manajemen*, 6, 1–12.

Ruhamak, M. D., & Rahmadi, A. N. (2019). *Pengaruh E-WOM , Brand Image dan Brand Trust Terhadap Keputusan Konsumen (Studi Kasus Pada Lembaga Kursus Fajar English Course Pare Kediri)*. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen Islam*, 7(2), 233–246.

Setiawan, A., Arifin, R., & Asiyah, S. (2019). *PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK, SALURAN DISTRIBUSI, BRAND IMAGE, BRAND TRUST, DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KERUPUK RAMBAK LESTARI ECO DESA SEMBUNG TULUNGAGUNG*. *E-Jurnal Riset Manajemen*, 1–18.

Setyowati, E. (2017). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Pemediasi*. *Jurnal Manajemen DayaSaing*, 18(2), 102. <https://doi.org/10.23917/dayasaing.v18i2.4507>

Silmi, Z., Rachma, N., & Hufron, M. (2018). *Menguji Brand Image Sebagai Variabel Intervening Dalam Hubungan Pengaruh Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian Produk Wardah*. *E-Jurnal Manajemen*,

2015, 121–135.

- Sopian, A. M. (2017). Pengaruh Lokasi Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Konsumen Kedai Kopi Euy Kota Bandung). *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Sterie, wua gloria, D massie, J. ., & Soepono, D. (2019). *PENGARUH BRAND AMBASSADOR DAN BRAND IMAGE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK PT . TELESINDO SHOP SEBAGAI DISTRIBUTOR UTAMA TELKOMSEL DI MANADO EFFECT OF AMBASSADOR BRAND AND BRAND IMAGE ON PRODUCT PURCHASE DECISIONS PT . TELESINDO SHOP AS TELKOMSEL ' S M.* 7(4).
- Wardani, E. sukma, & Santoso, A. (2020). PENGARUH HALLYU, AMBASSADOR MEREK, DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ATAS PRODUK REPUBLIK NATUR DI YOGYAKARTA. *E-Jurnal Apresiasi Ekonomi*, 8, 203–211.
- Wulandari, C. (2017). PENGARUH BRAND AMBASSADOR TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SMARTPHONE OPPO F3 DI SAMARINDA. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*.
- Yusanti, A. A. P., & Triyonowati. (2017). PENGARUH MARKETING MIX, CELEBRITY ENDORSMENT, DAN LIFESTYLE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KOSMETIK WARDAH. *Jurnal ILMU Dan Riset Manajemen*, 6(November).

