

DAFTAR PUSTAKA

- Brestilliani, L., & Suhermin, S. (2020). Pengaruh Brand Awareness, Brand Ambassador, dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Online pada Marketplace Shopee (Studi pada Mahasiswa Stiesia). *JIRM: Jurnal Ilmiah Dan Riset Manajemen*, 9(2), 1–19.
- Dewi, S., & Suartina, I. W. (2022). Pengaruh Brand Awareness dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Pada Shopee di Kota Denpasar. *WidyaAmrita: Jurnal Manajemen, Kewirausahaan Dan Pariwisata*, 2(2), 551–561. <https://doi.org/10.32795/widyaamrita.v2i2.1876>
- Dinnie, K. (2015). *Nation Branding: Concepts, Issues, Practice* (2nd ed.). Routledge. <https://doi.org/https://doi.org/10.4324/9781315773612>
- Dukcapil. (2023). *273 Juta Penduduk Indonesia Terupdate Versi Kemendagri*. Kementerian Dalam Negeri.
- Ernawati, D. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Inovasi Produk, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Hijack Sandals di Bandung. *Jurnal Wawasan Manajemen*, 7(1), 17–32.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program IBM SPSS 25* (9th ed.). Universitas Diponegoro Semarang.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2010). *Multivariate Analysis Data* (7th ed.). Prentice Hall International.
- Hasan, A. (2014). *Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan*. CAPS.
- Hurdawaty, R., & Madaniyah, U. (2020). Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Pada Domino's Pizza Lippo Karawaci Utara. *Jurnal Mandiri : Ilmu Pengetahuan, Seni, Dan Teknologi*, 4(1), 66–79. <https://doi.org/10.33753/mandiri.v4i1.105>
- Ismayana, S., & Hayati, N. (2018). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk Lipstik Pixy (Studi pada Konsumen Produk Lipstik Pixy Toserba Borma Cipadung). *Jurnal Sains Manajemen & Akuntansi*, 10(2), 1–15.
- Kertamukti, R. (2015). *Strategi Kreatif dalam Periklanan: Konsep, Media, Branding, Anggaran*. Raja Grafindo Persada.
- Kolinug, M. S., Mananeke, L., & Tampenawas, J. (2022). Pengaruh Brand Ambassador dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Revlon (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Sam Ratulangi). *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 10(3), 101. <https://doi.org/10.35794/emba.v10i3.41293>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). *Prinsip-prinsip Pemasaran* (12th ed.). Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson

Education.

- Lea-GreenWood, G. (2012). *Fashion Marketing Communications E- book*. Somerset. John Wiley & Sons.
- Mamahit, P., Soegoto, A. S., & Tumbuan, W. A. (2015). Pengaruh Brand Image, Brand Trust, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Mobil Toyota All New Yaris pada PT. Hasjrat Abadi Manado. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, 15(5), 777–787.
- Marini, Y. C., & Lestariningsih, M. (2022). Pengaruh Kualitas Produk dan Lifestyle terhadap Keputusan Pembelian dengan Celebrity Endorser Msglow. *JIRM: Jurnal Ilmiah Dan Riset Manajemen*, 11(6), 1–20.
- Muslimin, H., Semmaila, B., & Arfah, A. (2022). Pengaruh Brand Image terhadap Keputusan Pembelian Produk Pisang Goreng Nugger di Kota Makassar. *Journal of Management*, 5(1), 170–176. <https://doi.org/10.37531/yum.v5i1.1945>
- Nitisusastro, M. (2010). *Kewirausahaan dan Manajemen Usaha Kecil*. Alfabeta.
- Nursanti, D. (2021). *Pengaruh Brand Ambassador, Harga, dan Iklan terhadap Keputusan Pembelian pada Konsumen E-Commerce Shopee di Yogyakarta*. Skripsi. STIM YKPN Yogyakarta.
- Oktavia, E. B., Fatimah, F., & Puspitadewi, I. (2022). Pengaruh Harga, Brand Ambassador, Brand Image, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Scarlett Whitening Indonesia di Tokopedia. *Growth: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 20(2), 361–375. <https://doi.org/10.36841/growth-journal.v20i2.2108>
- Rangkuti, F. (2006). *Measuring Customer Satisfaction*. Gramedia Pustaka Utama.
- Rasuma, H. A., Made, I. A., & Febliansa, M. R. (2022). Pengaruh Harga, Brand Image dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Komunitas Vape Hexohm Bengkulu. *Journal of Indonesian Management*, 2(4), 997–1004. <https://doi.org/10.53697/jim.v2i4.1077>
- Rizki, S. P., & Mudiantono. (2016). Analisis Pengaruh Brand Ambassador, Kualitas Produk dan Harga terhadap Brand Image Serta Dampaknya terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Konsumen Face Care Garnier Di Kota Semarang). *Diponegoro Journal of Management*, 5(2), 200–211.
- Sagia, A., & Situmorang, S. H. (2018). Pengaruh Brand Ambassador, Brand Personality dan Korean Wave terhadap Keputusan Pembelian Produk Nature Republic Aloe Vera. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 5(2), 286–298. <https://doi.org/10.31843/jmbi.v5i2.168>
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (2019th ed.). ALFABETA,cv.
- Supranto, J. (2014). *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan Untuk Meningkatkan*

Pangsa Pasar. Rineka Cipta.

- Supriyadi, S., Fristin, Y., & Indra, G. K. . (2016). Pengaruh Kualitas Produk dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Mahasiswa Pengguna Produk Sepatu Merek Converse di Fisip Universitas Merdeka Malang). *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 3(1), 134–144.
<https://doi.org/10.26905/jbm.v3i1.81>
- Swastha, B., & Handoko, T. H. (2016). *Manajemen Pemasaran: Analisis Perilaku Konsumen*. BPFE.
- Tjiptono, F. (2012). *Strategi Pemasaran* (3rd ed.). Andi.
- Widarjono, A. (2018). *Analisis Regresi Dengan SPSS*. UPP STIM YKPN.
- Winosa, Y. (2023). *10 Bahan Baku Kosmetik Dengan Nilai Impor Terbesar di 2022*. TrenASia.
- Wiyono, G. (2011). *Merancang Penelitian Bisnis dengan Alat Analisis SPSS 17.0 & Smart PLS 2.0*. UPP STIM YKPN.
- Yusuf, D. A., Tumbel, A. L., & Djemly, W. (2022). Pengaruh Kualitas Produk dan Brand Ambassador Kpop NCT Dream terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Mie Lemonilo di Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 10(3), 965–974.
<https://doi.org/https://doi.org/10.35794/emba.v10i3.43526>