

DAFTAR PUSTAKA

Andrews, J.C., & Shimp, T. (2017). *Advertising, Promotion, & Other Aspects of Integrated Marketing Communication*. Boston: Cengage Learning.

Cohen, Louis, et al. (2018). *Eighth Edition: Research Methods in Education*. New York: Routledge.

Cooper, Donald R. & Pamela S. Schindler (2017), *Metode Penelitian Bisnis*, Edisi 12, Buku 1, Terjemahan oleh Rahma Wijayanti & Gina Gania, Jakarta: Salemba Empat.

Edrin, F & Fhatiyah, N “Pengaruh Brand Ambassador Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Kasus Pada Event Free Photocard BTS Tokopedia” Proceeding Seminar Nasional Bisnis Seri VI (2022).

Firmansyah, Anang. (2019). *Pemasaran Produk Dan Merek (Planning & Strategy)*. Surabaya: CV. Penerbit Qiara Media.

Gita, D & Setyorini, R “Pengaruh Brand Ambassador terhadap Brand Image Perusahaan Online Zalora.CO.ID” e-Proceeding of Management Vol. 3, No.1 (2016).

Hair, Joseph F., William C. Black, Barry J. Babin, & Rolph E. Anderson (2019), *Multivariate Data Analysis*, Edisi 8, United Kingdom: Cengage Learning, EMEA.

Hardani et al. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*. Yogyakarta: CV. Pustaka Ilmu.

Ikhwan, Muhammad (2019), Skripsi *Pengaruh Kesadaran Merek, Asosiasi Merek, Kualitas Persepsi, Loyalitas Merek, dan Negara Asal terhadap Keputusan Pembelian Ulang Sepatu Skechers*, UMY.

Indrasari, Meithiana. (2019). *Pemasaran Dan Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: Unitomo Press.





Kolinug, S, Mananeke, L, & Tampenawas, J “Pengaruh Brand Ambassador Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Revlon (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Sam Ratulangi)” Jurnal EMBA Vol. 10, No.3 (2022).

Kotler, Philip & Kevin L. Keller (2016), *Marketing Management*, Edisi 15, United States of America: Pearson Education.

Nayami & Maisyura. (2022). *Pengaruh Brand Image Dan Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlett Whitening Pada Mahasiswa Administrasi Bisnis Universitas Malikussaleh*. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*. Vol.5, No.1

Nursalam. (2020). Sosialisasi Panduan Penyusunan Skripsi Bentuk Literature Review dan Systematic Review. Dalam Fakultas Keperawatan Universitas Airlangga, 16 Mei 2020. Surabaya.

Pintubatu, C, & Saputri, ME “Pengaruh Brand Image Dan Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian Pada Tokopedia” e-Proceeding of Management: Vol. 8, No.5 (2021).

Rahmawati, H, supriyono, & Fitriyal, Z “Pengaruh Brand Ambassador Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Pada E-commerce Blibli” BRILIANT: Jurnal Riset dan Konseptual: Vol. 7, No.4 (2022).

Royan, F. M. (2016). *Marketing Celebrities*. Jakarta: Elex Media Komputindo.

Sani, R. A., & Rahman, M. (2022). *Monograf Komunikasi Efektif dan Hasil Belajar - Google Books*. CV Media Sains Indonesia, February, 25.

Saptutyningsih & Setyaningrum. (2019). *Penelitian Kuantitatif Metode Dan Analisis*. Yogyakarta: Gosyen Publishing.

<https://databoks.katadata.co.id/infografik/2022/12/08>

<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/09/09/berapa-pengguna-internet-di-indonesia>

<https://technobusiness.id/wp-content/uploads/2020/10/cosmetics-growth-in-Indonesia.jpg>



© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.