

## DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, T. (2019). Pengaruh Promosi Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Samsung Di Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. *Ayaa*, 8(5), 55.
- Amanah, H. (2018). Pengaruh Komunikasi Pemasaran Perusahaan Terhadap Kesadaran Merek Pelanggan. *Jurnal Manajemen Teori Dan Terapan / Journal Of Theory And Applied Management*, 11(3), 207.  
<https://doi.org/10.20473/jmtt.v11i3.9789>
- Armayani, A., & Jatra, I. M. (2019). Peran Brand Image Memediasi Promosi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Samsung Di Kota Denpasar. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 8(8), 5222.  
<https://doi.org/10.24843/ejmunud.2019.v08.i08.p20>
- Ernawati, D. (2019). *Pengaruh Kualitas Produk, Inovasi Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Hi Jack Sandals Bandung*. 7, 17–32.
- Fazirah, & Susanti. (2022). Pengaruh Brand Ambassador, Brand Image, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Kosmetik Wardah Di Kota Surakarta. *Jurnal Ekobis Dewantara*, 5(3), 246–254.
- Firmansyah. (2020). Komunikasi Pemasaran. In *Komunikasi Pemasaran* (P. 6). Jawa Timur.
- Ghozali. (2016). Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program. Ibm Spss 23. In *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program. Ibm Spss 23* (8th Ed.). Semarang.
- Hair Et Al. (2010). Multivariate Data Analysis 7th Edition. In *Multivariate Data Analysis 7th Edition*. Eglan.
- Hidayah, Ariefiantoro, N. (2021). Analisis Strategi Bauran Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan (Studi Kasus Pada Pudanis Di Kaliwungu). *Solusi*, 19(1), 76–82.  
<https://doi.org/10.26623/slsi.v19i1.3001>
- Ices. (2021). *Pengaruh Brand Ambassador Dan Brand Image Terhadap Purchase Decision Smartphone Samsung Di Jakarta*. (March), 1–19.
- Keller, K. Dan. (2009). Manajemen Pemasaran. Jilid I. In *Manajemen Pemasaran. Jilid I* (P. 217). Jakarta.
- Keller, K. Dan. (2012). Manajemen Pemasaran. In *Manajemen*

*Pemasaran*. Jakarta.

- Kotler. (2016). *Manajemen Pemasaran*. In *Manajemen Pemasaran* (12th Ed.). Jakarta.
- Kotler Dan Keller. (2008). *Manajemen Pemasaran*. In *Manajemen Pemasaran* (P. 510). Jakarta.
- Kurniawan & Puspitaningtyas. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif*. In *Metode Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta.
- Lea-Greenwood. (2012). *Ashion Marketing Communication E-Book*. In *Fashion Marketing Communication E-Book*. Usa.
- Lupiyoadi. (2013). *Manajemen Pemasaran Jasa*. In *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta.
- Nendi, I., Koesharijadi, K., & Merthayasa, A. A. A. (2022). Peran Promosi Dan Kualitas Pelayanan Pada Keputusan Konsumen Di Marketplace. *Fair Value: Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan*, 4(11), 5202–5206. <https://doi.org/10.32670/fairvalue.v4i11.1956>
- Oktavia, Fatimah, P. (2022). Pengaruh Harga, Brand Ambassador, Brand Image, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Scarlett Whitening Indonesia Di Tokopedia. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Growth*, 20(2), 361–375.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. In *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung.
- Sugiyono. (2015a). *Metode Penelitian Dan Pengembangan Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, Dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2015), 407–1. In *Metode Penelitian Dan Pengembangan Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, Dan R&D*.
- Sugiyono. (2015b). *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Method)*. In *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Method)* (P. 38). Bandung.
- Sugiyono. (2017). *Metodepenelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Pt Alfabet. In *Sugiyono. (2017). Metodepenelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D. Bandung: Pt Alfabet.*
- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif*. In *Metode Penelitian Kualitatif* (Bandung).
- Sujarweni. (2021). *Metodologi Penelitian Bisnis Dan Ekonomi*. In *Metodologi Penelitian Bisnis Dan Ekonomi*. Jakarta.

- Sunarsi, D. (2020). Pengaruh Bauran Pemasaran Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Giant Dept Store Cabang Bsd Tangerang. *E-Mabis: Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis*, 21(1), 7–13. <https://doi.org/10.29103/E-Mabis.V21i1.473>
- Suryantari, R. (2022). *Peran Brand Image Dalam Memediasi Hubungan Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Dengan Keputusan Pembelian*. 11(1), 127–149.
- Wang, F., & Hariandja, E. S. (2016). The Influence Of Brand Ambassador On Brand Image And Consumer Purchasing Decision. In *The Influence Of Brand Ambassador On Brand Image And Consumer Purchasing Decision*. Indonesia.
- Yanthi, Hadi, & Astuti. (2020). Peran Korea Wave, Lifestyle Dan Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian Produk Innisfree. *Prosiding Biema*, 1(1), 179–195.

