

### DAFTAR PUSTAKA

- Agnes Dwita Susilawati, Ahmad Hanfan, & Fetalia Haryanti Anugrah. (2021). Pengaruh Brand Image, Brand Ambassador, Word Of Mouth dan Testimony In Social Media terhadap Keputusan Pembelian Hijab Sulthanah di Kota Tegal. *DIALEKTIKA : Jurnal Ekonomi Dan Akuntansi*
- Chase, R. B., Jacobs, F. R., & Aquilano, N. J. (2006). *Operations Management for Competitive Advantage* (11 Ed.). New York: McGraw Hill
- Dewi Anggraeni, A., Thorfiani, D., & Hidayat, I. (2023). Pengaruh Brand Ambassador dan Testimoni Sosial Media terhadap Minat Beli Generasi Z pada McDonald Setiabudi Bandung. In *Jurnal Manajemen dan Bisnis Kreatif* (Vol. 8, Issue 2).
- Firmansyah, M. A. (2019). Brand Awareness. In M. A. Firmansyah, *Pemasaran Produk dan Merek (Planning & Strategy)* (p. 137). Surabaya: CV. Penerbit Qiara Media.
- Firmansyah, M. W. (2022). Pengaruh Tagline Gratis Ongkir dan Iklan Youtube Dari Shopee Terhadap Brand Awareness. *Jurnal Inovasi Penelitian* (Vol. 3, Issue 3)
- Ghozali, I. (2017). *Ekonometrika Teori, Konsep dan Aplikasi dengan IBM SPSS 24* (3th ed.) Semarang: Badan Penerbit UNDIP
- Ghozali, I. (2018). *Ekonometrika Teori, Konsep dan Aplikasi dengan IBM SPSS 24* (3th ed.) Semarang: Badan Penerbit UNDIP
- Griffith, A. (2011). *101 Jurus Rahasia Membangun Bisnis Hebat dengan Cara Cerdas, Mudah dan Cepat*. Jakarta: Tangga Pustaka.
- Ismaliana Ramadhani, D., & Zaini, M. (2023). Pengaruh Brand Ambassador Social Media Marketing Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pengguna Scarlett Whitening. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi)*, 7(1), 2023.
- Juliana Osak, D., & Pasharibu, Y. (2020). PENGARUH BRAND AMBASSADOR DAN TAGLINE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ONLINE DENGAN MEDIASI BRAND AWARENESS. *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana*, 9(4), 357–380.

- Kholifah, F. (2023). Pengaruh Social Media, Celebrity Endorsement dan Testimoni Terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlett Whitening. *Score : Jurnal Lentera Manajemen Pemasaran*, 1(1), 11–20.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2012). *Prinsip Pemasaran* (14 ed.). New Jersey: Pearson Education, Inc
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran* (13 ed.). Jakarta: Erlangga
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Manajemen Pemasaran* (12 ed.). Jakarta: PT Indeks
- Lea-Greenwood, G. (2012). *Fashion Marketing Communications*. Wiley & Sons, Incorporated, John.
- Ma'ruvina, M., El-Mekka Rostianto, ruvinna, Ramdan, A. M., & Mulia, F. (2019). Attraction Of Testimonials In Social Media And Brand Image On Purchase Decisions. *COSTING: Journal of Economic, Business and Accounting*, 3(1), 8–14.
- Muniarty, P., Wulandari, & Saputri, D. (2022). Pengaruh E-Service Quality Terhadap E-Customer Satisfaction Pada Marketplace Shopee. *Equilibrium*, 11(2), 1–6.
- Ningrum, M. S., & Tresnati, R. (2018). Pengaruh Iklan Testimoni terhadap Keputusan Pembelian (Survey Pelanggan Klinik Vanela Beauty Care Cimareme Padalarang). *Jurnal Prosiding Manajemen*, 4(1), 274–279
- Nuradi, K., & Noeradi, H., & Utorodewo, W., & Indrati, N. R. F. (1996). *Kamus Istilah Periklanan Indonesia*. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Parasuraman, A., & Zeithaml, V. A., & Malhotra, A. (2005). “E-Squal : A Multiple Item Scale for Assessing Electronic Service Quality”. *Journal of Service Research*, 7(10), 1-21.
- Partao, Z. A.. (2015) *Testimonial: Ketika pelanggan Anda Jadi Ujung Tombak Tenaga Marketing & Penjualan yang Paling Militan*. Depok: Alaz Self Publishing
- Peter, J. P., & Olson, J. C. (2013). *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran* (9th ed.). Jakarta: Salemba Empat

- Pramesti, A. S., Eko Broto, B., & Rambe, B. H. (2022). The Influence of Price, Electronic Word Of Mouth (E-WOM), Discount and Tagline “Free Shipping” on Purchase Decisions at Shopee Market Place (Case Study on Students at the Faculty of Economics and Business, Labuhanbatu University). *Budapest International Research and Critics Institute-Journal (BIRCI-Journal)*, 5(1), 6243–6255.
- Prisanti, & Della, M., & Suyadi, I., & Arifin, Z. (2016). Pengaruh E-Service Quality dan E-Trust Terhadap E-Customer Satisfaction serta Implikasinya Terhadap Ecustomer (Studi pada Nasabah PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Pembantu Lawang). *Journal of Business Studies*. 2(1)
- Rachmah, S. M., & Digdowiseiso, K. (2023). The Influence Of Product Quality, Price Perception, And Brand Ambassadors On Product Purchase Decisions Garnier Facial Cleansing Soap. *Syntax Admiration*, 4(4), 656–667.
- Radika Devi, D. A. C., & Putu Indiani, N. L. (2023). Pengaruh E-Service Quality, Promosi Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan Pada Lazada Di Era Covid-19. *J-ESA Jurnal Ekonomi Syariah*, 6(1), 53–67.
- Roman, K. dan Maas, J. (2005). *How to Advertise*. Jakarta: PT. Bumi Aksara.
- Royan, F. M. (2004). *Marketing Celebrities : Selebriti Dalam Iklan dan Strategi Selebriti Memasarkan Diri Sendiri*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- Royan, F. M. (2005). *Marketing Celebrities : Selebriti Dalam Iklan dan Strategi Selebriti Memasarkan Diri Sendiri*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- Sanjaya, S. (2015). Pengaruh Promosi dan Merek Terhadap Keputusan Pembelian Pada PT. Sinar Sosro Medan. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, 16(02), 108–122.
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2010). *Cunsomer Behaviour* (10th ed.). New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research Methods For Business: A Skill Building Approach* (7th ed.). New Jersey: Wiley
- Setiadi, N. J. (2015). *Perilaku Konsumen: Konsep dan Implikasi Untuk Strategi Dan Penelitian Pemasaran*. Jakarta: Kencana.

- Setiawati, S. (2015). Pengaruh Celebrity Endorsement, Testimoni, dan Keamanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Online Shop Blibli.com (Studi pada Mahasiswa FEB UNISMA Angkatan Tahun 2016). *Jurnal Riset Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis UNISMA*.
- Sugiyono. (2009). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2016). *E-Service Quality dan Satisfaction* (4 ed.). Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Tjiptono, F. (2017). *Service, Quality dan Satisfaction* (4 ed.). Yogyakarta: Penerbit Andi Yogyakarta
- Wulansari, R. A. (2011). Tagline Iklan IM3 di Televisi dan Loyalitas Pelanggan (Studi Korelasi Antara Persepsi Pelanggan dengan Loyalitas di Kalangan Mahasiswa UPI). Universitas Pendidikan Indonesia Bandung.
- Yen, C. H., Lu, H. P. (2008) Effects of e-service quality on loyalty intention: An empirical study in online auction. *Manag. Serv. Qual. Int. J.*, 18, 127–146
- Zulianto, E. (2010). Analisis Pengaruh Penggunaan Tagline dan Persepsi Konsumen Dalam Pembentukan Brand Awareness Suatu Produk (Studi Kasus Pada Iklan Coca Cola).