DAFTAR PUSTAKA

Clow, K. E. ., & Baack, Donald. (2018). *Integrated advertising, promotion, and marketing communications* (9th ed.). Pearson. https://books.google.com/books/about/Integrated_Advertising_Promotion_and_Mar.html?hl=id&id=sl7AoQEACAAJ

Creswell, J. W. (2018). Research Design: A Mixed-Method Approach. In *Writing Center Talk over Time* (5th ed.). SAGE Publications. https://doi.org/10.4324/9780429469237-3

Daga, R. (2017). *Citra, Kualitas Produk, dan Kepuasan Pelanggan* (1st ed.). GLOBAL RESEARCH AND CONSULTING INSTITUTE.

Dewi, L. S., Herlina, E., & Kasman. (2021). PENGARUH TAGLINE DAN JINGLE IKLAN TERHADAP BRAND AWARENESS (Suatu Studi pada Konsumen Yamaha Bahana Cahaya Sejati Ciamis). *Business Management and Enterpreneurship*, *3*(3).

Firmansyah, A. (2022). *Pemasaran Produk dan Merk* (1st ed.). Qiara Media. https://umkmdkerens.depok.go.id/cms/api/Master/application/pdf/63zdj1r70k56xvug1712044573.pdf

Ghozali, I. (2020). *Metodologi Penelitian Skripsi dan Tesis Bisnis* (3rd ed.). Rajawali Grafindo.

Indrasari, M. (2019). *Pemasaran & Kepuasan Pelanggan* (1st ed.). Unitomo Press. http://repository.unitomo.ac.id/2773/1/PEMASARAN%20DAN%20KEPUASAN%20PELANGGAN.pdf

Keller, K. Lane., & Swaminathan, Vanitha. (2020). *Strategic brand management : building, measuring, and managing brand equity* (Global). Pearson Education Limited. https://books.google.com/books/about/Strategic_Brand_Management_Building_Meas.html?hl=id&id=98AoEAAAQBAJ

Kennedy, J. E., & Dermawan, S. R. (2016). Marketing Communication : Taktik & Strategi. In *PT Buana Ilmu Populer (Kelompok Gramedia)*. Bhuana Ilmu.

Kotler, P., Keller, K. L., & Chernev, L. (2021). *The 16th edition of Marketing Management* (16th ed.). Pearson. https://books.google.com/books/about/Marketing_Management.html?hl=id&id=zXpfzgEACAAJ

Lea-Greenwood, Gaynor. (2019). *Fashion marketing communications* (2nd ed.). Wiley & Sons.

https://books.google.com/books/about/Fashion_Marketing_Communications.html?id=oKtA71-oBlAC

Lesmana, N., Hakim, I., Riana, Sanjaya, A., Marsin, I. S., Safitri, M., Prasteyo, E., Witiyastuti, H., Jamal, I., Firmanda, R., Suparno, & Herman, H. (2022). *Manajemen Pemasaran* (H. Herman, Ed.; 1st ed.). Cita Semesta.

Lestari, V. W., & Nurhadi. (2023). Pengaruh Brand Ambassador dan Tagline Terhadap Brand Awareness Shopee Indonesia di Surabaya. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, *13*(1), 2023. https://www.topbrand-award.com/

Natasiah, U., & Syaefulloh. (2024). Brand Image, Brand Trust, and Brand Ambassador on Purchase Decisions of Shopee E-Commerce Users in Pekanbaru City. *Jurnal Manajemen Bisnis*, *11*(1), 120–134. https://doi.org/10.33096/jmb.v11i1.702

Nuryani, F. T., Nurkesuma, N., Hadibrata, B., Penulis, K., Fajar, :, & Nuryani, T. (2022). KORELASI KEPUTUSAN PEMBELIAN: KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA DAN PROMOSI (LITERATURE REVIEW MANAJEMEN PEMASARAN). *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi*, *3*(4), 452–462. https://doi.org/10.31933/JEMSI.V3I4.977

Peter, J. P., & Olson, J. C. (2014). *Perilaku konsumen dan strategi pemasaran consumer behavior and marketing strategy* (9th ed.). Salemba. https://elibrary.bsi.ac.id/readbook/201203/perilaku-konsumen-dan-strategi-pemasaran-consumer-behavior-and-marketing-strategy

Ragatria, L. P., & Tiningrum, E. (2020). PENGARUH ATMOSPHERE STORE, DESAIN PRODUK, DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi Kasus di Rown Division Surakarta). *Jurnal Manajemen, Bisnis, Dan Pendidikan*, *7*(2).

Saputra, A. H., & Tjahjaningsih, E. (2025). THE EFFECT OF BRAND AMBASSADOR, PRICE PERCEPTION, AND BRAND IMAGE ON PURCHASE DECISIONS AND THEIR IMPACT ON SATISFACTION (A STUDY OF EIGER STORE CUSTOMERS IN SEMARANG) PENGARUH BRAND AMBASSADOR, PERSEPSI HARGA, DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SERTA DAMPAKNYA PADA KEPUASAN (STUDI PADA PELANGGAN EIGER STORE SEMARANG). *COSTING: Journal of Economic, Business and Accounting*, *8*(4).

Sekaran, U., & Bougie, R. (2019). *Research Methods for business* (7th ed.). Willey. www.wileypluslearningspace.com

Shimp, T. A. (2021). *Komunikasi Pemasaran Terpadu dalam Periklanan dan Promosi* (10th ed.). Salemba. https://penerbitsalemba.com/buku/02-0274-komunikasi-pemasaran-terpadu-dalam-periklanan-dan-promosi-e8

Sterie, W. G., Massie, J., & Soepono, D. (2019). PENGARUH BRAND AMBASSADOR DAN BRAND IMAGE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK PT. TELESINDO SHOP SEBAGAI DISTRIBUTOR UTAMA TELKOMSEL DI MANADO. *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, *7*(3), 3139–3148. https://doi.org/10.35794/EMBA.V7I3.24200

Sugiat, J. (2023). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Indihome Studi Kasus Pada Pt.Telekomunikasi Indonesia Kandatel Garut. *Jurnal Mirai Management*, *8*(2). https://doi.org/10.37531/MIRAI.V8I2.5600

Sugiyono. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.

Sumarwan, U. (2022). *Perilaku Konsumen* (3rd ed.). Universitas Terbuka. https://pustaka.ut.ac.id/reader/index.php?modul=EKMA456703

Suparwi, S., & Fitriyani, S. (2020). Pengaruh Product Knowledge, Brand Image, dan Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian Top White Coffe Mahasiswa FEBI IAIN Kudus 2016-2017. *BISNIS : Jurnal Bisnis Dan Manajemen Islam*, *8*(2), 253–272. https://doi.org/10.21043/BISNIS.V8I2.8764

Wijaya, K. R., Akhmad, I., & Khusumah, A. (2022). Pengaruh Promosi, Citra Merek dan Harga terhadap Minat Beli pada 3 Store Pekanbaru (Studi pelanggan pada 3 Store Pekanbaru). *ECOUNTBIS: Economics, Accounting and Business Journal*, *2*(3), 564–572. https://jom.umri.ac.id/index.php/ecountbis/article/view/364

Yudhi, S. (2023). KUALITAS PRODUK, MEREK DAN DESAIN PENGARUHNYA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR YAMAHA MIO. *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, *1*(3), 218–229. https://doi.org/10.35794/EMBA.1.3.2013.1649

Yulianti, F., Lamsah, & Periyadi. (2019). *Manajemen pemasaran* (1st ed.). Deepublish. https://balaiyanpus.jogjaprov.go.id/opac/detail-opac?id=321188

Kapirossi, Bagus, and Rokh Eddy Prabowo. "Pengaruh kualitas produk, persepsi harga, dan citra merek terhadap keputusan pembelian (Studi di Antariksa Kopi Semarang)." Ekonomis: Journal of Economics and Business 7.1 (2023): 66-73.

Lestari, Dini Fajar, and Jihan Nur Azizah. "Pengaruh Digital Marketing Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen E-Commerce Shopee Di Kota Cilegon." *Jurnal Administrasi Bisnis Terapan* 6.1 (2023): 8.

Sutanto, Farrel Yustinus, and M. D. H. Agustini. "Analisis pengaruh brand image dan brand trust terhadap keputusan pembelian sepatu Nike." *Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ)* 5.1 (2024): 3647-3660.

Noviana, Tri, and H. Mohammad Rifqy Roosdhani. "The The influence of brand ambassadors on purchasing decisions mediated by reference groups and brand trust on skintific products: Pengaruh Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian Yang Dimediasi Oleh Reference Group Dan Brand Trust Pada Produk Skintific." *OIKOS: Jurnal Kajian Pendidikan Ekonomi dan Ilmu Ekonomi* 9.2 (2025): 1078-1095.

Parasari, N. S. M., G. C. Wijaya, D. P. Purwandari, and G. P. L. Permana. “Pengaruh Viral Marketing, Brand Ambassador Dan Tagline Terhadap Keputusan Pembelian Produk Avoskin Beauty Di Denpasar”. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, vol. 11, no. 1, June 2023, pp. 153-62, doi:10.37641/jimkes.v11i1.1740.

Cahyo, Dwi Ilham, and Saipul Al Sukri. "Green Marketing, Tagline, dan Citra Merek sebagai Prediktor Keputusan Pembelian Air Mineral AQUA di Kota Pekanbaru." *MUQADDIMAH: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi dan Bisnis* 3.4 (2025): 21-37.