

DAFTAR PUSTAKA

- Arisman, M. (2021). Pengaruh Social Media Marketing Dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Cafe Barbekoe). *UMSU Repository*, 75–77. <http://repository.umsu.ac.id/handle/123456789/16616>
- Artarini, H., & Nadhilah, D. (2022). *Pengaruh Brand Ambassador Treasure Terhadap Brand Image Ruangguru*. <https://jurnal.uic.ac.id/Lens/article/view/127/83>
- As'ad, H. abu R., & Alhadid, A. . (2014). *The Impact of Social Media Marketing on Brand*. jurnal kominfo.
- Belch, G. E., & Belch, M. A. (2015). *Advertising and Promotion: An Integrated Marketing Communications Perspective*. (McGraw & H. Irwin (eds.)).
- Beno, J., Silen, A. ., & Yanti, M. (2022). Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Dan Dampaknya Pada Kepuasan Konsumen Perumahan Taman Arroyan Tangerang. In *Braz Dent J*. (Vol. 33, Issue 1).
- Brama Kumbara, V. (2021). Determinasi Nilai Pelanggan Dan Keputusan Pembelian: Analisis Kualitas Produk, Desain Produk Dan Endorse. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 2(5), 604–630. <https://doi.org/10.31933/jimt.v2i5.568>
- Candra, E., & Sunaryanto, K. (2023). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan. *Business and Investment Review (BIREV)*, 1(5), 109–117. <https://lgdpublishing.org/index.php/birev>
- Dewi, nuning nurna. (2021). Pengaruh Desain Produk, Harga dan Kualitas Produk terhadap Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Syntax Fusion*, 1(10), 627–638. <https://doi.org/10.54543/fusion.v1i10.87>
- Dewi, N. M. P., Imbayani, I. G. A., & Ribek, P. K. (2021). Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Yang Dimediasi E-Word Of Mouth Pada Givanda Store Denpasar. *Jurnal EMAS*, 2(2), 28–42. www.validnews.id,
- Dream.co.id. (2023). *Survei: Gen Z Lebih Suka Belanja Pakaian Formal Dibanding Milenial*. Dream.Co.Id. <https://www.dream.co.id/lifestyle/dinamika-pembelian-produk-fashion-dan-tren-konsumen-di-indonesia-38079-mvk.html?utm>
- Efendi, B. (2019). Pengaruh Brand Image, Brand Trust, Brand Ambassador, Dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan Kosmetik Wardah (Studi Pada Mahasiswa Universitas Sains Al-Qur'an Prodi Manajemen Angkatan 2019. *Jurnal Akuntansi, Manajemen & Perbankan Syariah*, 4(3), 2809–7580. <https://doi.org/https://doi.org/10.32699/jamasy.v4i3.7615>
- Ermalia, A. A. U. (2022). *IDN Media Tampil Bersama JKT 48 di Asia Pacific Media Forum 2022*. Idntimes. <https://bali.idntimes.com/news/bali/ayu-afri-ulita-ermalia/idn-media-tampil-bersama-jkt-48-di-asia-pacific-media-forum>

- Exswanda, D. D. Y., Fauji, D. A. S., & Purnomo, H. (2024). Nct dream sebagai brand ambassador mempengaruhi keputusan pembelian mie lemonilo melalui brand image. *Simposium Manajemen Dan Bisnis II*, 447–457.
- Frans Royan. (2016). *Marketing Selebritis (selebriti dalam iklan dan strategi memasarkan diri sendiri)*. PT. Elex Media Komputindo.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25* (9th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Griffin, J. (2016). *Customer Loyalty, Menumbuhkan dan Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan*. Alih Bahasa Dwi Kartini Yahya. erlangga.
- Hananto, D. (2021). Pengaruh Desain Produk, Kualitas Produk, dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Jersey Sepeda Di Tangsel. *Jurnal Ekonomi Manajemen*, 1–10. <http://jurnal.umj.ac.id/index.php/semnaslit>
- Hidayah, F. N. (2023). *Merek Fesyen Lokal yang Jadi Favorit Masyarakat Indonesia Versi Goodstats*. Goodstats. <https://data.goodstats.id/statistic/merek-fesyen-lokal-yang-jadi-favorit-masyarakat-indonesia-versi-goodstats-mavFg>
- Hidayahtuhllah, D. P., & Asteria, B. (2024). *Pengaruh Kualitas Layanan, Brand Ambassador dan E-WOM Terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Aplikasi Shoope*. 09(01), 17–30.
- I Gusti Ayu Imbayani, P. K. R. L. W. K. A. (2021). Pengaruh Brand Equity, Social Media Marketing dan Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian Wine Pada Pt.Hatten Bali. *Jurnal Ekonomika Dan Manajemen*, 2, 218–232. <https://doi.org/2774-3020>
- Kartika, D. A., Hurriyati, R., & Razati, G. (2018). Gambaran Kepribadian Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Bedak Tabur Pixy Di Indonesia. *Journal of Business Management Education (JBME)*, 3(3), 67–78. <https://doi.org/10.17509/jbme.v3i3.14310>
- Khansaputri Perdana, R., & Ika Kusuma Wardhani, N. (2021). Ketertarikan Konsumen Terhadap Lee Min Ho Sebagai Brand Ambassador Dan Citra Merek Lazada Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Manajemen*, 7(1), 56–63. <http://www.maker.ac.id/index.php/maker>
- Komariyah, D. (2023). pengaruh desain produk dan harga terhadap keputusan pembelian konsumen batik jambi rezeki seberang kota jambi. In *Nucl. Phys.* (Vol. 13, Issue 1). Universitas Batanghari Jambi.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (n.d.). *Principles of marketing*. pearson.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2015). *Prinsip-Prinsip Pemasaran* (12th ed.). Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, kevin lane. (2016a). *Marketing Management (15th Global Ed)* (Kurniawati (ed.); 15th ed.). pearson.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2015). *Prinsi-Prinsi Pemasaran* (12th ed.). erlangga.

- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016b). *Marketing Management* (15th ed.). Boston: Pearson Education.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2018). *manajemen pemasaran* (12 jilid 2). PT. Indeks.
- Lea-Greenwood. (2012). *Fashion Marketing Communications Ebook*. wiley.
- Lestari, D., Asriani, A., Ningsih, N. W., Rosilawati, W., & Amrina, D. H. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Fitur Produk dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Dalam Perspektif Manajemen Islam. *REVENUE: Jurnal Manajemen Bisnis Islam*, 3(1), 65–86. <https://doi.org/10.24042/revenue.v3i1.10321>
- Lestari, R. P., Subagyo, & Purnomo, H. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Dampaknya Terhadap Loyalitas Pelanggan Barokah Laundry. *Simposium Manajemen Dan Bisnis II*, 2, 935–945. <https://proceeding.unpkediri.ac.id/index.php/simanis/article/view/3275>
- Mardiana, N. R. (2019). Analisa pengaruh brand ambassador, citra merek dan kualitas produk terhadap minat beli produk kosmetik emina. *Jurnal Online Internasional & Nasional*, 1–12. https://eprints.uad.ac.id/20926/1/T1_1500011147_NASKAH_PUBLIKASI_200720104313.pdf
- Marisca, R. P. R., Kusumaningtyas, D., & Paramitha, D. A. (2024). Pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan, dan harga terhadap loyalitas pelanggan pada umkm “baksokuy.id” di kabupaten tulungagung 1),2),3). *Simposium Manajemen Dan Bisnis III*, 3, 192–202.
- Nadiya, D., Fauztina, D., Diana, K. D., & Permana, E. (2023). Analisis Strategi Pemasaran Produk Erigo. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 3(2), 13738–13751. <https://j-innovative.org/index.php/Innovative/article/view/1984>
- Ponto, C. R. I., Kalangi, J. A. F., & Aseloei, S. (2023). Pengaruh Brand Ambassador dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Garnier Pada Mahasiswa S1 Universitas Sam Ratulangi. *Productivity*, 4(5), 684–690. <https://doi.org/2723-0112>
- Pradana, W., & Aditya, D. (2023). *Pengaruh Social Media Marketing dan E-Lifestyle Terhadap Loyalitas Pelanggan Aplikasi Layanan Streaming Video on Demand Berbayar dengan Perceived Behavioral Control Sebagai Variabel Mediasi (Studi Pada Pelanggan Aplikasi Layanan Video Berbayar di Surabaya*. 1–14. https://erepository.uwks.ac.id/17365/12/JURNAL_WAHYU_PRADANA.pdf
- Rahmawati, L. O., Hariyani, D. S., & Fatmala, I. A. (2022). Pengaruh Brand Ambassador, Kesadaran Merek, Desain Produk Dan Persepsi Harga Terhadap Citra Merek Pada Erigo Di Indonesia. *Jurnal Pro Bisnis*, 15(2), 149–161. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.35671/probisnis.v15i2.2106>
- Riduwan, M. B. A. (2022). *Skala Pengukuran Variabel-Variabel Penelitian*. Alfabeta.

- Rossiter, J., & Percy, L. (2018). *Marketing Communications: Objectives, Strategy, Tactics*.
- Santoso, E., Hakimah, E. N., & Ratnanto, S. (2023). Produk Untuk Menciptakan Kepuasan Dan Loyalitas (Studi Kasus Usaha Tahu Bapak Matnuri). *Seminar Nasional Manajemen, Ekonomi Dan Akuntansi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis UNP Kediri*, 1–10.
- Sari, A. N., & Soedjoko, D. K. H. (2024). Komunikasi pemasaran, desain produk, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk sumber rejeki kediri 1),2). *Simposium Manajemen Dan Bisnis II*, 3, 855–863.
- Sari, R., & Erdiansyah, R. (2023). Pengaruh Kepuasan Pelanggan, Iklan Online, dan Social Media Marketing terhadap Loyalitas Pelanggan (Survei Pada Pengikut Instagram @rucas.co Tahun 2021). *Kiwari*, 2(1), 1–6. <https://doi.org/10.24912/ki.v2i1.23018>
- Sari, Y. L., & Atmojo, C. T. (2021). Pengaruh Desain Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Kafe Di Jombang. *JPEKBM (Jurnal Pendidikan Ekonomi, Kewirausahaan, Bisnis Dan Manajemen)*, 4(2), 01. <https://doi.org/10.32682/jpekbm.v4i2.1799>
- Sihombing, rianti oktavia. (2023). *Pengaruh Social Media Marketing Dan Customer Engagement Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus Pada Arta Pack Pekanbaru) Skripsi Oleh : Rianti Oktavia Sihombing Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Medan Area Medan Pengaruh [Universitas Medan Area]*. <https://repositori.uma.ac.id/handle/123456789/21905>
- Sofia, S., Mufti, D., & Syahabuddin. (2024). Pengaruh citra merek dan desain produk terhadap loyalitas pelanggan pada produk celcius kota sorong. *Jurna Ilmiah Ilmu Manajemen Dan Kewirausahaan*, 4, 241–249. <https://doi.org/10.46306/vls.v4i2>
- Sopandi, A. A., & Samsudin, A. (2023). The Influence Of Brand Ambassador And Celebrity Endorses To Customer Loyalty On Ms Glow Products (Case Study On Users Who Follow The Ms. Glow Official Account On The Instagram App) Pengaruh. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 4(6), 10134–10144. <http://journal.yrpiiku.com/index.php/msej>
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sutrisno. (2024). Pengaruh Social media marketing dan customer brand engagement dalam Menjaga Loyalitas Pelanggan. *Ilmu Ekonomi Manajemen Dan Akuntansi*, 5(1), 223–233. <https://doi.org/10.37012/ileka.v5i1.2180>
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran* (Andi (ed.)).
- Yuliana, D. T., & Istiyanto, B. (2024). Pengaruh Kepercayaan Merek, Desain Produk Dan Fanatisme Terhadap Loyalitas Pelanggan Sepatu Casual Adidas Pada Gen Di Solo Raya. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Manajemen*, 2(2), 7–20. <https://doi.org/https://doi.org/10.61722/jiem.v2i2.884>