

DAFTAR PUSTAKA

- Ali, I., Irdiana, S., Irwanto, J., Widya, S., & Lumajang, G. (2019). *Dampak Brand Image, Brand Equity Dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Laptop Asus (Studi Pada Toko Komputer Lumajang Computer Centre Di Kabupaten Lumajang)*. 2.
<http://proceedings.stiewidyagamalumajang.ac.id/index.php/progress>
- Anggraeni, E. D. (2020). Pengaruh Advertising Dan Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Brand Image Pada Konsumen Produk Pembalut Charm Di Kota Depok. *INOBIIS: Jurnal Inovasi Bisnis dan Manajemen Indonesia*, 3(3), 419–433. <https://doi.org/10.31842/jurnalinobis.v3i3.148>
- Arianty, N., & Andira, A. (2021). Pengaruh Brand Image dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian. *Maneggio: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 4(1), 39–50. <https://doi.org/10.30596/maneggio.v4i1.6766>
- Arya, R., & Moestofa, S. (2022). *PENGARUH HARGA, LOKASI, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN LIBOM SECONDTHRIFT STORE Novianto Eko Nugroho Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya*.
- Daud, A. (2015). *Analisis faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen*. 2, 471–479.
- Dewi, A. R., & Fadli, J. A. (2022). *AMBASSADOR TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KEPADA E- COMMERCE TOKOPEDIA DENGAN MEMEDIASI BRAND IMAGE DAN BRAND AWARENESS*. XX(Xx), 14–26.
- Dodiet Aditya Setyawan, I. (2021). *HIPOTESIS dan VARIABEL PENELITIAN*.
- Etnosentrisme Konsumen Muda Generasi Pada Merek Kecantikan Lokal Sitti Hasbiah, P. Z., & Wulansari Hasdiansa, I. (2024). *SEMINAR NASIONAL HASIL PENELITIAN 2024 LP2M-Universitas Negeri Makassar ISBN: 978-623-387-152-5*
<https://ojs.unm.ac.id/semnaslemlit/index>
<https://ojs.unm.ac.id/semnaslemlit/index>
- Fahlevi, R. (2022). *The Effect Of Brand Trust , Brand Identification And Brand Commitment On Brand Loyalty Of Shoes Sports Loyalty Pada Sepatu Olahraga*. 3(October), 3017–3026.
- Fahmi, S., Tinggi, S., Ekonomi, I., Malang, K., Laily, A., Sekolah, S., & Ekonomi, T. I. (2021). *Pengaruh Citra Merek, Harga, Kualitas Produk dan Celebrity Endorse terhadap Keputusan Pembelian Produk Ms Glow (Studi Pada Konsumen Ms. Glow Pandaan)* (Vol. 4, Nomor 1).

- Firmansyah, A. (2019). Buku Pemasaran Produk dan Merek. Dalam *Buku Pemasaran Produk dan Merek* (Nomor August).
- Ghozali, I. (2017). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS. Semarang: Badan Penerbit UNDIP.
- Hamida, H., & Ar-Rasyi, A. (2024a). *Pengaruh Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Social Media Marketing Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Konsumen Produk Nature Republic Di Kota Malang)* (Vol. 2, Nomor 1). <https://doi.org/61132/rimba.v2i1.556>
- Hamida, H., & Ar-Rasyi, A. (2024b). *Pengaruh Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Social Media Marketing Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Konsumen Produk Nature Republic Di Kota Malang)* (Vol. 2, Nomor 1). <https://doi.org/61132/rimba.v2i1.556>
- Harfiani, S. (2022). *PENGARUH BRAND IMAGE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SKINCARE MS GLOW*. 109:16.
- Indah Nurcahyani, D., & Budi Prabowo. (2024). Pengaruh Brand Awareness, Brand Image, dan Brand Trust terhadap Brand Loyalty Pengguna Skincare Skintific: Studi Pada Pelanggan Moisturizer Skintific Melalui E-Commerce Shopee di Wilayah Surabaya. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 6(5), 3753–3766. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v6i5.1223>
- Keloay, F., Pangemanan, S., Pandey, J., Christian Waani, N., & Mangantar, M. (2022). *COMPARATIVE ANALYSIS OF ORGANIZATIONAL COMMITMENT HOTEL SUTANRAJA KOTAMOBAGU DAN BANK BRI KOTAMOBAGU BRANCH*. 10(1), 1004–1013.
- Liliana, M. (2023a). *PENGARUH BRAND IMAGE DAN ONLINE CUSTOMER REVIEW TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PENGESAHAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN*. 126:14.
- Liliana, M. (2023b). Pengaruh Brand Image Online Customer Review terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Blicli.com. *Pengaruh Brand Image Online Customer Review terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Blicli.com*, 2016.
- Listyarso, Y. D. (2023). *PENGARUH KUALITAS PRODUK, BRAND IMAGE, DAN WORD OF MOUTH TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MOBIL TOYOTA INNOVA (Studi Kasus Di Kabupaten Pacitan)* Anton Eko Yulianto *Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya*.
- Mahiri, E. (2020). Coopetition : Jurnal Ilmiah Manajemen. *Pengaruh, Brand Image Dan Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Pada Konsumen Badan Usaha Milik Desa (BUMDES) Mart Banjaran*, XI(3), 227–238.
- Majid, R. A., & Selvi, E. (2022). Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Laundry Sepatu Coora

- Premium Care Grand Galaxy. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 2022(19), 336–345. <https://doi.org/10.5281/zenodo.7174162>
- Mawaddah, F., Ibnu sina, F., & Alfikri, A. (2023). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keberhasilan Usaha Pada Umkm Rendang Di Kota Payakumbuh. *Ekonomipedia: Jurnal Ekonomi Manajemen dan Bisnis*, 1(1), 17–30. <https://doi.org/10.55043/ekonomipedia.v1i1.91>
- Mega, S. A., & Setiawan, R. E. (2025). Pengaruh Brand Image dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Martabak Sinar Fajar 26 Antasari di Bandar Lampung. *eCo-Fin*, 7(1), 392–403. <https://doi.org/10.32877/ef.v7i1.2085>
- Mustika Sari, R., & Prihartono. (2021). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Survey Pelanggan Produk Sprei Rise). *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi dan Akuntansi)*, 5(3), 1171–1184.
- Nasyeh, M. A., Avriyanti, S., Studi, P., Bisnis, A., Tinggi, S., Tabalong, I. A., Stadion, K., Sarabakawa, O., Pembataan, K., Pudak, K. M., Tabalong, K., & Selatan, K. (2023). *PENGARUH BRAND IMAGE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PRODUK SEPEDA MEREK POLYGON TIPE MONARCH M5 DI TOKO BAGUS BIKE KABUPATEN TABALONG*.
- Nebath, A., Baroleh, J., & Waney, N. F. L. (2023). FAKTOR FAKTOR PERILAKU KONSUMEN DALAM KEPUTUSAN PEMBELIAN BUAH PEPAYA DI PASAR TRADISIONAL BERSEHATI KOTA MANADO Factors Of Consumer Behavior In Purchasing Decisions For Papaya Fruit In The Traditional Market Bersehati Manado City. Dalam *Juli* (Vol. 5).
- Nofiawaty, N., Fitrianto, E. M., & Iisnawati, I. (2020). Brand Ambassador and the Effect to Consumer Decision on Online Marketplace in Indonesia. *Sriwijaya International Journal of Dynamic Economics and Business*, 4(January), 21–30. <https://doi.org/10.29259/sijdeb.v4i1.21-30>
- Nurani, M. A. (2017). *BOOK_Tritjahjo Danny_Asesmen Non-tes dalam Bimbingan dan Konseling_Bab 10.pdf* (hlm. 64–100).
- Pedro Afdhol Fausta, & Fullchis Nurtjahjani. (2025a). Pengaruh Brand Trust dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Rumah Makan Kepiting Sari di Malang. *JURNAL Riset MANAJEMEN DAN EKONOMI (JRIME)*, 3(2), 143–149. <https://doi.org/10.54066/jrime.v3i2.3196>
- Pedro Afdhol Fausta, & Fullchis Nurtjahjani. (2025b). Pengaruh Brand Trust dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Rumah Makan Kepiting Sari di Malang. *JURNAL Riset MANAJEMEN DAN EKONOMI (JRIME)*, 3(2), 143–149. <https://doi.org/10.54066/jrime.v3i2.3196>
- Pramezwary, A., Juliana, J., Winata, J., Tanesha, R., & Armando, T. (2021). Brand Trust dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Di Masa

- Covid-19. *Jurnal Perspektif*, 19(1), 24–31.
<https://doi.org/10.31294/jp.v19i1.9376>
- Rahmawati, A. S. (2023). *Pengaruh Brand Ambassador, Brand Image, Dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Samsung Di Kota Surakarta*. 1–121.
- Rohmaniyah, Z. (2022). *Pengaruh Brand Ambassador dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian melalui Aplikasi Belanja Online “Tokopedia” Pada Pengguna Tokopedia*. 6(2), 106.
- Safika, E., & Raflah, W. J. (2021). The Influence of Brand Image, Brand Ambassador and Price on Purchasing Decisions for Scarlett Whitening Product in Riau. *Inovbiz: Jurnal Inovasi Bisnis Seri Manajemen, Investasi dan Kewirausahaan*, 1(1), 8. <https://doi.org/10.35314/inovbizmik.v1i1.1876>
- Santoso, S. (2017). *SISTEM TRANSAKSI E-COMMERCE DALAM PERSPEKTIF KUH PERDATA DAN HUKUM ISLAM*.
- Selpiah, D., & Fietroh, M. N. (2024). *Cendikia Jurnal Pendidikan dan Pengajaran*. 2(8), 294–304.
- Siburian, F. S., Parengkuan, T., & Maramis, J. (2017). ANALISIS KINERJA KEUANGAN BERBASIS MARKET SHARE PADA INDUSTRI TELEKOMUNIKASI DI INDONESIA (STUDI KASUS PADA PERUSAHAAN TELEKOMUNIKASI YANG TERDAFTAR DI BEI 2011-2015) ANALYSIS OF FINANCIAL PERFORMANCE BASED ON TELECOMMUNICATIONS INDUSTRY MARKET SHARE IN INDONESIA (CASE STUDY IN TELECOMMUNICATION COMPANIES LISTED IN BEI 2011-2015). Dalam *Analisis Kinerja Keuangan* «»». 465 *Jurnal EMBA* (Vol. 5, Nomor 2).
- Sinambela, B. E., Zay, F., Simatupang, O., Franzella Pinem, S., Lawolo, Y. A. B., Simbolon, V., & Sibarani, H. J. (2020). Pengaruh Brand Trust, Persepsi Konsumen Dan Saluran Distribusi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Mobil Merek Honda Di PT. Deli Kencana Medan Idk 1. *JMBI UNSRAT (Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi)*., 7(2). <https://doi.org/10.35794/jmbi.v7i3.31233>
- Sitorus, S. A., & Al., Et. (2020). Brand Marketing: the Art of Branding. Dalam *Cv. Media Sains Indonesia* (Nomor January).
- Sugiyono. (2018). *Pdf-Metode-Penelitian-Kuantitatif-Kualitatif-Dan-Rampampd-Sugiyono-2020_Compress.Pdf*.
- Suryadi, N., Museliza, V., Rahma, S., & Ekonomi dan Ilum Sosial Uin Sultan Syarif Kasim Riau, F. (2024). Counselling On E-Commerce As A Promotional Medium For UMKM In Pekanbaru City Penyuluhan E-Commerce Sebagai Media Promosi Pada UMKM (Usaha Mikro, Kecil Menengah) Di Kota

- Pekanbaru. Dalam *ARSY :Aplikasi Riset kepada Masyarakat* (Vol. 4, Nomor 2). <http://journal.al-matani.com/index.php/arsy>,Online
- Syafitri, R. (2019). Brand image. *New Scientist*, 165(2229), 57.
- Tumbel, A. L., & Tumbuan, W. J. F. A. (2025). THE INFLUENCE OF BRAND AMBASSADOR AND BRAND AWARENESS ON PURCHASING DECISIONS FOR ULTRA MILK X STRAY KIDS PRODUCTS IN MANADO (STUDY ON GEN Z). *43 Jurnal EMBA*, 13(1), 43–54.
- Vitasari, A. (2023). *PENGARUH BRAND AMBASSADOR, BRAND IMAGE,DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KOSMETIK MAYBELLINE*.
- Wardani & Istiyanto, B. (2022). *Brand ambassador , brand image ,. 06(01)*, 551–557.
- WAVA MAULIDIA SISWANTO (1). (2024).
- Widyaputra, K. H. (2023). *Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya*.