

DAFTAR PUSTAKA

- Apriliani, D., & Hayuningtias, K. A. (2023). Analisis Pengaruh Brand Awareness, Brand Association Dan *Brand Ambassador* Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Skincare Scarlett Whitening. *Jesya (Jurnal Ekonomi dan Ekonomi Syariah)*, 6(2), 1991-2004.
- Anwar, S., & Mujito, M. (2021). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Motor Merek Yamaha Di Kota Bogor. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 9(1), 189-202.
- Faradasya, C. I., & Trianasari, N. (2021). Pengaruh *Brand Ambassador* Kpop Stray Kids Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus E-Commerce Shopee). *eProceedings of Management*, 8(2).
- Ismail, D. T. T. (2021). Analisis elemen AIDA pada media sosial instagram sebagai media promosi perpustakaan di Dinas Arsip dan Perpustakaan Kabupaten Bandung. *Palimpsest: Journal of Information and Library Science*, 12(1), 37-47.
- Jelantik, G. A. S., & Kusumadewi, N. M. W. (2024). Pengaruh Brand image dan Nutrition label terhadap Keputusan Pembelian dengan Gaya Hidup Sehat Sebagai Variabel Moderasi. *MIMBAR ADMINISTRASI FISIP UNTAG Semarang*, 21(1), 77-102.
- Jacob, A. A., Lapian, S. J., & Mandagie, Y. (2018). Pengaruh Daya Tarik Iklan Dan Citra Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Chitato Chips Pada Mahasiswa Feb Unsrat. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 6(2).
- Khalida, L., Fauji, R., & Maulidina, M. (2022). Pengaruh *Brand ambassador* dan Sales Promotion Terhadap Minat Beli di Marketplace Shopee. *Prosiding Konferensi Nasional Penelitian Dan Pengabdian Universitas Buana Perjuangan Karawang*, 2(1), 360-374.
- Kharisma, L., & Hutasuhut, S. (2019). Peran mediasi minat beli pada pengaruh *brand ambassador* dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian. *Niagawan*, 8(3), 197-215.
- Kurniawan, F. J. (2014). Analisa pengaruh visibility, credibility, attraction, dan power celebrity endorser terhadap brand image bedak marcks venus. *Jurnal strategi pemasaran*, 2(1), 1-8.

- Lailiya, N. (2020). Pengaruh *brand ambassador* dan kepercayaan terhadap keputusan pembelian di Tokopedia. *IQTISHADEquity jurnal MANAJEMEN*, 2(2), 113-126.
- Mananohas, A., Rachmawati, T. S., & Anwar, R. K. (2023). Penggunaan media sosial dalam meningkatkan literasi kesehatan di ‘Ayah ASI Indonesia.’ *Informatio J. Libr. Inf. Sci*, 3(1), 1.
- Nurritziah, S. (2024). Pengaruh Penggunaan *Brand Ambassador* terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Oreo X Blackpink. *SABER: Jurnal Teknik Informatika, Sains dan Ilmu Komunikasi*, 2(4), 412-428.
- Primolassa, M. S. E., & Soebiantoro, U. (2022). Pengaruh *Brand Ambassador* dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian Produk melalui Aplikasi Tokopedia. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 6(2), 14557-14562.
- Sriyanto, A., Kuncoro, A. W., Sarsito, A., & Istikomah, K. (2019). Pengaruh *brand ambassador*, minat beli, dan testimoni terhadap keputusan pembelian (studi pada situs jual beli online shop shopee Indonesia di Universitas Budi Luhur periode februari–april 2018). *Jurnal Ekonomika Dan Manajemen*, 8(1), 21-34.
- Septyadi, M. A. K., Salamah, M., & Nujiyatillah, S. (2022). Literature review keputusan pembelian dan minat beli konsumen pada smartphone: harga dan promosi. *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(1), 301-313.
- Susilo, E. F. (2022). *Pengaruh Kim Seon Ho sebagai brand ambassador terhadap keputusan pembelian Everwhite= The Effect of Kim Seon Ho as a Brand Ambassador on Everwhite Purchase Decision* (Doctoral dissertation, Universitas Pelita Harapan).
- Tiawan, J., & Yoedtadi, M. G. (2022). Pengaruh Kredibilitas Deddy Corbuzier sebagai *Brand Ambassador* J&T terhadap Citra Merek J&T. *Prologia*, 6(1), 178-184.