

DAFTAR PUSTAKA

- Anindya, R. (2020). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Terhadap Keputusan Pembelian Pada “Sami Remen.” *IQTISHADequity Jurnal MANAJEMEN*, 2(2), 127.
- Ardiansyah, F., Mursito, B., & Maryam, S. (2019). Analisis Kualitas Produk, Diversifikasi Produk, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus Di Pasar Gedhe Solo). *Jurnal Ilmiah Edunomika*, 3(02), 493–500.
- Arianto, N. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pengunjung Dalam Menggunakan Jasa Hotel Rizen Kedaton Bogor. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 1(2), 83–101.
- Babudilla, O., & Nasti, N. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Brand Ambassador Terhadap Loyalitas Pengguna Aplikasi Shopee (Studi Kasus Mahasiswa FE UISU Jurusan Management Tahun Ajaran 2017). *Journal Economy and Currency Study (JECS)*, 3(1), 1–9.
- Badri, J., & Safitri, T. S. R. (2021). Pengaruh *brand ambassador*, minat beli dan testimoni terhadap keputusan pembelian online di instagram pada mahasiswa di kota padang. 9(4), 372–380.
- Budiono, A. (2020). Pengaruh kualitas pelayanan, harga, promosi, dan citra merek terhadap kepuasan pelanggan melalui keputusan pembelian. *Jurnal Penelitian Pendidikan Dan Ekonomi*, 17(02), 1–15.
- Diansyah, & Putera, R. M. (2017). Pengaruh Ekuitas Merek Dan Promosi Penjualan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dimediasi Keputusan Pembelian. *Media Ekonomi Dan Manajemen*, 32(2), 97–109.
- Ekawaty, N., Batu, R. L., & Wanta. (2019). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Situs Booking Online Traveloka. *Jurnal Manajemen & Bisnis Kreatif*, 4(2), 111–126.
- Faradila, N., & Suseno, E. (2021). Nilai Hedonis, Kualitas Layanan, dan Promosi Terhadap Loyalitas Konsumen Kuota Internet Indosat di Era New Normal. *Jurnal Penelitian Dan Pengembangan Sains Dan Humaniora*, 5(1), 73–81.
- Fasha, A. F., Robi, M. R., & Windasari, S. (2022). Determinasi Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli: Brand Ambassador Dan Brand Image (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(1), 30–42.
- Fauziah, I., & Tunjungsari, hetty karunia. (2021). *Pengaruh harga, promosi, dan brand ambassador yang dimediasi oleh citra merek terhadap keputusan pembelian pada situs belanja online shopee*.
- Ghadani, A., Muhar, A. M., & Sari, A. I. (2022). Pengaruh brand ambassador dan brand image terhadap keputusan pembelian di shopee dengan mediasi brand awareness. *Insight Management Journal*, 2(3), 110–118.
- Griffin, J., (2016), *Customer Loyalty, Menumbuhkan dan Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan*. Alih Bahasa Dwi Kartini Yahya. Jakarta: Erlangga
- Hair Joseph F, Jr, black William C, BabinBarry J and Rolph E. Anderson.(2010).“Multivariate Data Analysis: A Global Perspective”. New Jersey. Pearson Prentice Hall, Seventh Edition
- Hakim, M. N., Suharto, A., & Rahayu, J. (2021). Analisis kualitas produk, harga, lokasi, promosi dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian (Studi Kasus Pada Rumah Makan Tulang Lunak Cak Sani Jember). *Bisnis-Net Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 4(2), 91–106.
- Hapsari, I. N. (2020). Pengaruh Sistem Informasi Penjualan Strategi Integrated Marketing

Communications (Imc) Dan Peran Brand Ambassador Terhadap Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Manajemen Pemasaran, August, March 2019.*

Hendra, T., Djawahir, A. Hellmy, & Djazuli, A. (2017). Pengaruh Nilai, Kualitas Pelayanan, Pengalaman Pelanggan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen, 4(2)*, 129–141.

Hermawan, H. (2015). Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan, Kepuasan Dan Loyalitas Konsumen Dalam Pembelian Roti Ceria Di Jember. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia, 3(2)*, 1–15.

Ibrahim, M., & Thawil, S. M. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT, 4(1)*, 175–182.

Ikraman, & Syah, T. Y. R. (2019). The Influence of Relationship Marketing, Service Quality, and Customer Satisfaction on Customer Loyalty Over B2B Companies. *Journal of Multidisciplinary Academic, 3(5)*, 384–405.

Iqbal, M., & Kadir, A. (2019). Jieb : Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Merchant Go Food Festival Duta Mall Banjarmasin. *JIEB: Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis, 227–237.*

Jamaluddin, & Ruswati, E. (2017). Impact of Service Quality and Customer Satisfaction on Customer Loyalty: A Case Study in a Private Hospital in Indonesia. *IOSR Journal of Business and Management, 19(05)*, 23–33.

Kasmir. 2017. Customer Service Excellent. PT Raja Grafindo Persada. Depok.

Kendri, & Saputra, A. (2018). Pengaruh Strategi Promosi Dan Loyalitas Pelanggan Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Manajemen Bisnis Stie, 30(1)*, 44-58 ISSN 1858-3199.

Kotler, P., & Armstrong, G., (2014), Principles of Marketing, 15, Pearson Education.

Kotler, Phillip dan Kevin Lane Keller.(2016). Manajemen Pemasaran edisi 12 Jilid 1 & 2.Jakarta: PT. Indeks.

Lea-Greenwood, Gaynor. 2012. Fashion Marketing Communications E- book. Somerset, NJ, USA: Wiley.

Lailiya, N. (2020). Pengaruh Brand Ambassador Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Di Tokopedia. *IQTISHADEquity Jurnal MANAJEMEN, 2(2)*, 113.

Lawu, S. H., Andriani, R., & Febriana, R. (2021). Dampak Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Administrasi Kantor, 9(2)*, 183–192.

Muhtarom, A., Syairozi, M. I., & Yonita, H. L. (2022). Analisis Persepsi Harga, Lokasi, Fasilitas, dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan Dimediasi Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada Umkm Skck (Stasiun Kuliner Canditunggal Kalitengah) Metode Structural Equation Modelling (SEM) - Partial Least. *EKOMBIS REVIEW: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis, 10(S1)*, 391–402.

Nalita, S., Suhud, U., & Sari, D. A. P. (2022). Membentuk Loyalitas Pelanggan dengan Penggunaan Artis Korea sebagai Brand Ambassador E-Commerce di Indonesia. *Jurnal Bisnis , Manajemen, Dan*

Keuangan, 3(1), 171–185.

- Nurhaliza, & Rakhmawati, S. (2022). *Determinan keputusan pembelian konsumen pada marketplace shopee*. 1(3), 10–19.
- Nurhasanah, Mahliza, F., Nugroho, L., & Putra, Y. M. (2021). The Effect of E-WOM, Brand Trust, and Brand Ambassador on Purchase Decisions at Tokopedia Online Shopping Site. *IOP Conference Series: Materials Science and Engineering*, 1071(1), 012017.
- Nursiti, & Fameira, A. (2021). Pengaruh Country of Origin, Brand Ambassador, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Generasi Millennial Pada Produk Nature Republic Aloe Vera 92% Soothing Gel Di Jakarta. *Jurnal Industri Kreatif Dan Kewirausahaan*, 2(2), 96–107.
- Rahayu, P., & Edward, M. (2014). Pengaruh Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Produk Smartfren Andromax. *Universitas Negeri Surabaya*, 1(1), 1–16.
- Rizaldi, M. L., & Hardini, R. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Brand Image Dan Customer Relationship Management Terhadap Loyalitas Pelanggan Indomaret Kelurahan Padurenan, Bekasi Timur. *Oikonomia: Jurnal Manajemen*, 14(2), 77–94.
- Rutha, N. L. P. E. P., Bakhtiar, T., & Kirbrandoko. (2019). The Brand Ambassador Effectiveness on Brandimage and purchasing Decision For Oppo Fseries Smartphone. *International Journal of Business and Management Invention*, 8(03), 44–50.
- Santoso, E. B., & Samboro, J. (2017). Pengaruh Promosi Penjualan Dan Inovasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Dan Dampaknya Terhadap Loyalitas Pelanggan. *Adbis: Jurnal Administrasi Dan Bisnis*, 11(1), 1.
- Sholihat, A. (2018). Pengaruh Promosi Penjualan dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian di Krema Koffie. *Jurnal Online Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Riau*, 5(1), 1–15.
- Smith, B. G., Kendall, M. C., Knighton, D., & Wright, T. (2018). Rise of the Brand Ambassador: Social Stake, Corporate Social Responsibility and Influence among the Social Media Influencers. *Communication Management Review*, 03(01), 6–29.
- Soenawan, A. D., & Malonda, E. S. (2015). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen D ' Stupid Baker Spazio Graha Family Surabaya. *Program Manajemen Perhotelan, Fakultas Ekonomi, Universitas Kristen Petra Email:*, 395–409.
- Sugiyono. (2012). *Metodologi Penelitian*. Bandung: Alfabeta
- Sulaiman, A., & Surya, D. (2018). Pengaruh *brand extension* dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian enduro matic-g (Survey Pada Konsumen Pengguna Enduro Matic-G di Kota Serang) *Pendahuluan*. 2(1), 67–81.
- Supangkat, A. H., & Supriyatin. (2017). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Harga Terhadap Keputusan Pembelian Tas di Intako. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 6(9), 1–19.
- Tjiptono, Fandy. 2015. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Cv. Andi
- Wang, F., & Hariandja, E. S. (2016). The Influence Of Brand Ambassador On Brand Image And Consumer Purchasing Decision : A Case Of Tous Les Jours In Indonesia. *International Conference Od Entrepreneurship, March*, 292–306.

Wulandari, F. ella T., & Limbing, L. P. B. (2020). the Influence of Brand Images and Purchase Decisions on Customer Loyalty in Lion Water Flights. *Jurnal Hopitality Dan Pariwisata*, 6(1), 7–14.

Yudistianto, D., & Hasyim. (2020). Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Loyalitas Pelanggan Ritel Di Indonesia. *Widyakala: Journal of Pembangunan Jaya University*, 7(1), 28.