

DAFTAR PUSTAKA

- Agung Widhi Kurniawan, Z. P. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Pandiva Buku
- Alexi, M., Zulkarnain, Z., & Musfar, TF (2017). Pengaruh Citra Merek Dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Dan Niat Membeli Kembali Pada Produk Sepatu Futsal Merek Specs Di Kota Pekanbaru (Disertasi doktoral, Universitas Riau)
- Ambolau, Muhammad Arie Permana. "The influence of brand awareness and brand image on purchase decision (Study on Aqua consumers in Administrative Science Faculty Brawijaya University Class of 2013)." *Jurnal Administrasi Bisnis* 19.2 (2015).
- Bernarto, I., Berlianto, M. P., Palupi, Y. F. C., Meilani, M., Masman, R. R., & Suryawan, I. N. (2020). The influence of brand awareness, brand image, and brand trust on brand loyalty. *Jurnal Manajemen*.
- Bilgin, Y. (2018). The effect of social media marketing activities on brand awareness, brand image and brand loyalty. *Business & Management Studies: An International Journal*, 6(1), 128-148.
- Bukopin.co.id. Diakses pada Tanggal 1 Oktober 2021 Pukul 18.00 WIB
- Casriyanti, C. (2020). Pengaruh Religiusitas, Consumer Knowledge dan Brand Image terhadap Keputusan Menjadi Nasabah pada Bank Syariah. *Jurnal Tasyri': Jurnal Muamalah dan Ekonomi Syariah*, 2(1), 52-70.
- Chan, A. (2010). Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Proses Purchase decision Konsumen : Studi Kasus Bank Muamalat Indonesia Cabang Bandung. *Jurnal AdministrasiBisnisUnpar*,6(1), 47–62. <https://doi.org/10.26593/jab.v6i1.371.e>
- Chinomona, R. (2016). Brand communication, brand image and brand trust as antecedents of brand loyalty in Gauteng Province of South Africa. *African Journal of Economic and Management Studies*.
- Cravens, D. W., and Piercy, N. F., (2013), *Strategic Marketing*, 10th Edition, McGraw-Hill
- Dewi, LGPS, Oei, SJ, & Siagian, H. (2020). The Effect of Brand Ambassador, Brand Image, and Brand Awareness on Purchase Decision of Pantene Shampoo in Surabaya

- Doucett, Elisabeth. (2008). *Creating Your Library Brand, Communicating Your Relevance and Value to Your Patrons*. Chicago: American Library Association (E-books)
- Eko Yuliawan, " Pengaruh Pengetahuan Konsumen Mengenai Perbankan Syariah Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Pada PT. Bank Syariah Cabang Bandung", *Jurnal Wira Ekonomi Mikroskil*, Vol. 1, No. 1, (April, 2011), 21
- Fadhila, M. R., & Tricahyono, D. (2020). Analisis Pengaruh Information Sharing Dan Consumer Knowledge Terhadap Purchase Decision Yang Dimediasi Oleh Brand Trust Pada Pengguna Smartphone Vivo Di Kota Bandung. *eProceedings of Management*, 7(2).
- Firmansyah, Arief Firidy. "Pengaruh Pengetahuan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Perbankan Syariah." *Jurnal Ekonomika dan Bisnis Islam* 2.3 (2019).
- Handayani, A., Azman, H. A., & Novel, I. (2019). Pengaruh Pengetahuan dan Sikap Terhadap Perilaku Memilih Bank Syariah Dengan Faktor Religiusitas Sebagai Moderating Variable. 3(1), 0–19.
- Hafilah, Endah, Vira Chaer, and Osly Usman. "The Effect of Brand Ambassador, Brand Image, Product Quality, and Price on Purchase Decisions Samsung Smartphones." *Brand Image, Product Quality, and Price on Purchase Decisions Samsung Smartphones (January 11, 2019)* (2019).
- Hair, et al. (2018). *Multivariate Data Analysis Eight Edition*. Pearson Prentice Hall
- Hermawan, Y. (2017). Analisa Pengaruh Celebrity Endorsement Lee Min Ho Dalam Iklan Luwak White Koffie Terhadap Brand Image dan Repurchase Intention. *Jurnal Strategi Pemasaran*, 4(1), 6.
- Harapan, U. P., Wang, F., & Hariandja, E. S. (2015). The Influence of Brand Image and Brand Personality on Brand Loyalty. *Australian Journal of Basic and Applied Sciences*, 9(7), 493–497.
- Heryanto, I. (2015). Analisis pengaruh produk, harga, distribusi, dan promosi terhadap keputusan pembelian serta implikasinya pada kepuasan pelanggan. *Jurnal Ekonomi, Bisnis & Entrepreneurship*, 9(2).
- Huda, N. (2020). Pengaruh brand image terhadap keputusan pembelian motor scuter matic Yamaha di Makassar. *Jurnal Asy-Syarikah: Jurnal Lembaga Keuangan, Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 2(1), 37-43.
- Gita, Devi, and Retno Setyorini. "Pengaruh Brand Ambassador Terhadap Brand Image

- Pada Perusahaan Online Zalora. co. id." eProceedings of Management 3.1 (2016).
- Keni, K. (2019). Pengaruh brand awareness, brand association, perceived quality, dan brand loyalty terhadap customer purchase decision. *Jurnal Muara Ilmu Ekonomi Dan Bisnis*, 3(1), 176-185.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2014). *Principles of Marketing*. Fifteenth Edition. New Jersey: Pearson Pretice Hall, Inc
- Kotler, P., and Keller, K.L. (2016). *Marketing management*, 15th Edition. New Jersey: Pearson Pretice Hall, Inc
- Lea-Greenwood, Gaynor. (2012). *Fashion Marketing Communications* E-book. Somerset, NJ, USA: Wiley.
- Lifepal.co.id. Diakses pada Tanggal 1 Oktober 2021 pukul 17.28 WIB
- Makhdaleva Hanura Tajudin, A. S. M. (2017). Makhdaleva H, Ade Sofyan M: Pengaruh Promosi, Kepercayaan Dan Kesadaran Merek Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Tabungan Haji, 8(1), 19–46.
- Masyita, D. A., & Yuliati, A. L. (2017). Pengaruh brand ambassador dian sastrowardoyo terhadap brand image produk makeup L'OREAL PARIS (studi pada konsumen L'OREAL kota BANDUNG). *Jurnal Riset Akuntansi Mercu Buana*, 3(1), 41. <https://doi.org/10.26486/jramb.v3i1.408>
- Motivasi, A., Pengetahuan, D. A. N., Keputusan, T., Memilih, N., Bank, P. T., Cabang, S., Manado, U., Choosing, D., Sulutgo, P. T., Main, B., Manado, B., Ekonomi, F., & Manajemen, J. (2015). Analisis Motivasi, Persepsi, Dan Pengetahuan Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Pt. Bank Sulutgo Cabang Utama Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 3(3), 1330–1340. <https://doi.org/10.35794/emba.v3i3.10416>
- Novansa, Hafizh, and Hapzi Ali. "Purchase decision model: Analysis of brand image, brand awareness and price (Case study SMECO Indonesia SME products)." *Saudi Journal of Humanities and Social Sciences* 2.8 (2017): 621-632.
- Pradipta, D., Hidayat, K. & Sunarti. (2016). Pengaruh Brand Equity Terhadap Keputusan Pembelian (Survei pada Konsumen Pembeli dan Pengguna Kartu Perdana simPATITelkomsel di Lingkungan Mahasiswa Jurusan Administrasi Bisnis Angkatan 2012 & 2013 Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang). *Jurnal AdministrasiBisnis (JAB)*, 34(1), 138-147.)

- Rachmawati, Afrian, and Gusti Oka Widana. "Pengaruh Consumer Knowledge, Brand Image, Religiusitas, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Pada Bank Syariah." *Liquidity* 8.2 (2019): 111-123.
- Rachmawati, S. D., & Andjarwati, A. L. (2020). Pengaruh Kesadaran Merek dan Brand image Terhadap Purchase decision (Studi pada Pengguna JNE Express di Surabaya Selatan) (The Effect of Brand Awareness and Brand Image on Purchasing Decisions (Study of JNE Express Users in South Surabaya)). *E-Journal Ekonomi Bisnis Dan Akuntansi*, VII(1), 25–29.
- Rahmadona, D., & Asra, Y. (2021). The Effect of Convenience Benefits, Consumer Knowledge, And Promotion on Interest in Using E-Money (Studies in the City of Bengkalis). *Inovbiz: Jurnal Inovasi Bisnis Seri Manajemen, Investasi dan Kewirausahaan*, 1(1), 23-27.
- Ruslim, T. S. (2012). Pengaruh Brand Image dan Product Knowledge terhadap Purchase Intention (Kasus: Kosmetik Merek X). *Karya Ilmiah Dosen*, 1–22
- Sagia, A., & Situmorang, S. H. (2018). Pengaruh Brand Ambassador, Brand Personality Dan Korean Wave Terhadap Purchase decision Produk Nature Republic Aloe Vera. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 5(2), 286–298.
- Sasmita, Y. (2019). Pengaruh Brand Ambassador Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Pada Handphone Oppo (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi). *Tijarah: Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 2 (18).
- Sari Dewi, L. G. P., Edyanto, N., & Siagian, H. (2020). The Effect of Brand Ambassador, Brand Image, and Brand Awareness on Purchase Decision of Pantene Shampoo in Surabaya, Indonesia. *SHS Web of Conferences*, 76, 01023. <https://doi.org/10.1051/shsconf/20207601023>
- Schiffman, L. G., and Kanuk, L. L. (2015). *Consumer Behavior*. 11th Edition. Global Edition.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research Methods for Business : A Skill Building Approach*. (J. Wiley & L. Sons, Eds.) (Seventh Ed). Chichester, West Sussex, United Kingdom.
- Shimp, Terence A. dan J. Craig Andrews, (2010). *Periklanan Promos.*, Erlangga, Jakarta
- Soepono, D. (2019). Pengaruh Brand Ambassador Dan Brand Image Terhadap Purchase decision Produk Pt. Telesindo Shop Sebagai Distributor Utama Telkomsel Di Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen*,

Bisnis Dan Akuntansi, 7(3). <https://doi.org/10.35794/emba.v7i3.24200>

Suhartono, F. (2017). Pengaruh Pengetahuan Konsumen, Kepuasan Pelanggan, Kepercayaan Merek Terhadap Loyalitas Merek Laptop Acer Di Surabaya (Doctoral dissertation, STIE PERBANAS SURABAYA).

Suryonaningsih, E. (2016). Effect of Price and Image Brand on Consumer Satisfaction. *Journal of Management*, 2(2).

Tarigan, EDS, Sabrina, H., & Syahputri, Y. (2020). The Influence of Lifestyle and Sales Promotion on Online Purchase Decisions for Home-Cooked Culinary during COVID-19 in Medan City, Indonesia. *Jurnal Internasional Penelitian dan Review*, 7 (10), 140-144.

Tempo.com. Diakses pada Tanggal 1 Oktober 2021 pukul 18.20 WIB

Tempo.com. Diakses pada Tanggal 15 April 2022 pukul 20.15 WIB

Usman, O., & Aryani, Y. (2019). The Effect of Brand Ambassador, Brand Image, Product Quality, and Price on Purchase Intention. *Brand Image, Product Quality, and Price on Purchase Intention* (December 31, 2019).

Utomo, GW, & Prabawani, B. (2017). Pengaruh Brand Ambassador Dan Citra Merk Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Suzuki Type Nex. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 6 (4), 287-297.

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.

Yudhistira, V., & Patrikha, F. D. (2021). Pengaruh Promosi Penjualan Dan Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Variabel Kepercayaan Sebagai Mediator (Studi Pada Produk Fashion Online Di Surabaya). *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (Jptn)*, 9(2), 1237-1243.