

DAFTAR PUSTAKA

Retrieved from Ortuseight (2024) : <https://ortuseight.id/about>

- Annafa, U.R., Setiyono, P, W., Sari, K, M, H. (2024). Analysis *Brand image, Product quality, And Brand ambassador* On Customer *Purchase decision* For Scarlett Whitening Product In Sidoarjo. EKOMBIS REVIEW: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis, 12(4). doi: <https://doi.org/10.37676/ekombis.v12i4>
- Aprilia, S.P.W., Haerudin., & Purwanto, E. (2024). The Influence of *Brand ambassadors, Promotions, Product quality, Brand image* on Purchasing Decisions. Economics and Business International Conference (EBiC), 1(1),101-111
- Akbar, S. S., Violinda, Q., Setiawati, I., & Rizwan, M. (2021). The Influence of *Product quality, Product Design, Brand image* on Realme Smartphone *Purchase decisions*. *Journal of Digital Marketing and Halal Industry*, 3(2), 121–132. <https://doi.org/10.21580/jdmhi.2021.3.2.9331>
- Abdul, Rahayu. & Agus Supandi Soegoto Djurwati Soepeno. (2018). Analisis Pengaruh Inovasi Produk, Kualitas Produk, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Nissan Grand Livina Pada PT. Wahana Wirawan Manado. 6(4): 3553-62
- Anggia, Isti Dwi Puspita Wati, Andika Triansyah.(2019). Survei efektivitas latihan pada ekstrakurikuler sepakbola di smp negeri 4 dedai. Jurnal Ilmu Keolahragaan Volume II Nomor 1. <http://jurnal.untan.ac.id/index.php/jilo>
- Anggraeni, Alvina Rahma, & Soliha, Euis .. (2020). Kualitas produk, citra merek dan persepsi hargaterhadap keputusan pembelian (Studi pada konsumen Kopi Lain Hati Lamper Kota Semarang). *Al Tijarah*, 6(3), 96. <https://doi.org/10.21111/tijarah.v6i3.5612>
- Adhi Murti Citra Amalia Hendarsin *et al.*(2023). Utilizing K-Pop Idols as *Brand ambassadors* to Increase Brand Awareness in Social Media. *Procedia Computer Science* 234 (2024) 787–794
- Apriliani, D., & Hayuningtias, K. A. (2023). Analisis Pengaruh Brand Awareness, Brand Association Dan *Brand ambassador* Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Skincare Scarlett Whitening. *Jesya*, 6(2), 1991–2004. <https://doi.org/10.36778/jesya.v6i2.1102>
- Brama Kumbara, Vicky. (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>
- Brata, B. H., Husani, S., & Ali, H. (2017). The influence of quality products, price, promotion, and_location to product *purchase decision* on Nitchi at PT. Jaya Swarasa

Agung in Central Jakarta. *Saudi Journal of Business and Management Studies*, 2(4), 357–374. <https://doi.org/10.21276/sjbms>

Budi, Fandi Setia, & Khuzaini. (2019). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan *Brand ambassador* terhadap Keputusan Pembelian Produk Eiger (Pada Mahasiswa STIESIA)

Budihardja, L., & Sitinjak, T. (2020). Pengaruh Identitas Merek, Citra Merek, Dan Kepercayaan Merek Terhadap Loyalitas Pada Konsumen Sepatu Nike Di Jakarta. *Jurnal Manajemen*, 2016, 1–8

Chintya, Mira, Beringin, Motto, Scarlett, Indonesia Produk, & White, Mimi. (2022). Pengaruh *Brand ambassador*, Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlett Whitening

Dwi Indah Utami, & Hidayah, Nurul. (2022). Pengaruh Citra Merek, Kualiatas Produk, Dan *Brand ambassador* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlett. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 1(04), 102–111. <https://doi.org/10.56127/jukim.v1i04.159>

Dimas Prasetyo Widiatmoko, Subur Karyatun, Kumba Digidowiseiso (2023). Influence quality product, image brand, and promotion regarding the decision to purchase nike shoes in jakarta east. *Jurnal syntax*, volume 4, no. 4 april, 2023 p-issn 2722-7782 | e-issn 2722-5356 doi: <https://doi.org/10.46799/jsa.v4i2.867>

Elvina, B. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Adidas Di D.I.Yogyakarta. 7(6).

Fadila, D., Wahab, Z., Isnurhadi, I., & Widiyanti, M. (2021). The effect of *brand image*, *brand ambassador*, and *product quality* on the *purchase decision* of Mustika Ratu products (Study on Sriwijaya University students). *International Journal of Social Sciences*, 4(1), 182–189. <https://doi.org/10.31295/ijss.v4n1.1657>

Faritzal, Sari, Lestri, Putri, Raihan, and Wendhiarko R, H. (2021). The Influence of Price, *Product quality*, and *Brand image* on *Purchase decisions* for Ultra UHT Milk Products during the Covid-19 Pandemic in Indonesia. *Review of International Geographical Education (RIGEO)*, 11(5), 2378-2388. Doi: 10.48047/rigeo.11.05.138

Fazirah, Elva, & Susanti, Ari. (2022). Pengaruh *Brand ambassador*, *Brand image*, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Kosmetik Wardah di Kota Surakarta. *Jurnal Ekobis Dewantara*, 5(3), 246–254

Fuadi, S., & Wijayanti, E. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Indihome Pada PT. Telkom Metro. *Kalianda Halok Gagas*, 4(2), 144-157

- Geraldine, G., & Candraningrum, D. A. (2020). Pengaruh Kredibilitas *Brand ambassador* Non-Celebrity Analisa Widyaningrum terhadap Keputusan Pembelian Hijabenka. *Prologia*, 4(1), 25. <https://doi.org/10.24912/pr.v4i1.6422>
- Ghozali, I. dan H. L. (2015). *Partial Least Squares Konsep Teknik dan Aplikasi dengan Program Smart PLS 3.0*. . Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I., & Latan, H. (2015). *Partial Least Square Konsep, Teknik dan Aplikasi Menggunakan Aplikasi SmartPLS 3.0 Untuk penelitian Empiris Menggunakan Aplikasi SmartPLS 3.0 Untuk penelitian Empiris*. Universitas Diponegoro.
- Gotomo, E., & Wahyudi, A. (2018). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian di Pochette. *Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*, 1-10
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2021). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)* (4th ed.). Thousand Oaks.
- Hakim, L., & Saragih, R. (2019). Pengaruh Citra Merek, Persepsi Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Npk Mutiara Di Ud.Barelang Tani Jaya Batam. *Ecobisma (Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen)*, 6(2), 37–53. <https://doi.org/10.36987/ecobi.v6i2.4>
- Hidayat et.al (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Lokasi, Promosi Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Coffee Shop Di Kota Gresik. *Performa: Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis Volume 6, Nomor 4, Oktober 2021*
- Jakarta, Beritasatu.com 2024. <https://www.beritasatu.com/sport/2852377/kemenpora-dorong-kemajuan-industri-olahraga>
- Jery Putra & Khairil Aswan (2023). Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sepatu Ortuseight Pada Toko Talago Sport Padang. *Jurnal Publikasi Ilmu Manajemen (JUPIMAN) Vol.2, No.2 Juni 2023 E-ISSN : 2963-766X ; P-ISSN : 2963-8712, Hal 220-238 DOI :* <https://doi.org/10.55606/jupiman.v2i2.1647>
- Kadek G, Gede Mekse, Wulandira Sawitr (2022). The Influence of *Brand ambassador*, *Brand image*, *Product quality*, and Price on Purchasing Decisions at Rumah Kopi Renon. *SSN: 2548-2211 Vol. 5, No. 1 June 2022 URL:* <https://doi.org/10.31327/aj.v5i1.1721>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Marketing Management Edisi 14 (Global Edi)*. Pearson Prentice Hall.
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller. (2016). *Marketing Managemen*, 15th Edition, Pearson Education,Inc. Hal 164
- Lailliya, N. (2020). Pengaruh *Brand ambassador* dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian di

Tokopedia. Jurnal Ekonomi Dan Bisnis, Ambassador Toward *Brand image* at E-Commerce Platform Shopee', Universitas Telkom, 6(2).), 113–126

Lestari, A., & Aslami, N. (2022). Perilaku Konsumen Asuransi terhadap Keputusan Pembelian. *Mimbar Kampus: Jurnal Pendidikan Dan Agama Islam*, 21(1),34–42
<https://doi.org/10.47467/mk.v21i1.873>

Luh Gede Permata Sari Dewi, Natasya Edyanto, and Hotlan Siagian (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>

Marantika, W., & Sarsono. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Word of Mouth, dan Store Image terhadap Keputusan Pembelian: Studi pada Pengunjung Toko Amigo Pedan. *Jurnal Maksipreneur: Manajemen, Koperasi, dan Entrepreneurship*, 114-127.

Nurhasanah, N., Mahliza, F., Nugroho, L., & Putra, Y. M. (2021). The Effect of EWOM, Brand Trust, and *Brand ambassador* on *Purchase decisions* at Tokopedia Online Shopping Site. Jakarta, 28 November. IOP Conference Series: Materials Science and Engineering, 1071. <https://doi.org/10.1088/1757-899x/1071/1/012017>.

Nadiya, F. H., & Wahyuningsih, S. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Fashion 3second Di Marketplace (Studi Pada Mahasiswa Pengguna Fashion 3second Di Kota Semarang). *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 5(2), 1–20

Oktaviani, T., Nurminingsih, & Badrunsyah. (2022). Pengaruh Citra Merek Dan Gaya Hidup Hedonis Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Olahraga Adidas Pada Mahasiswa Feb Universitas Mercu Buana Cabang Jatisampurna Bekasi Tahun 2019. *Transekonomika: Akuntansi, Bisnis Dan Keuangan*, 2(2), 11–22.
<https://doi.org/10.55047/transekonomika.v2i2.112>

Oktavia, Erica Bella, Fatimah, Feti, & Puspitadewi, Ira. (2022). Pengaruh Harga, *Brand ambassador*, *Brand image*, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Scarlett Whitening Indonesia Di Tokopedia. *Growth*, 20(2), 361.
<https://doi.org/10.36841/growth-journal.v20i2.2108>

Oktavenia, K. A. R., & Ardani, I. G. A. K. S. (2018). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Nokia Dengan Citra Merek Sebagai Pemediasi. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*,8(3).

Osak, D. J., & Pasharibu, Y. (2020). Pengaruh Brand Ambassador Dan Tagline Terhadap Keputusan Pembelian Online Dengan Mediasi Brand Awareness. *E- Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana*, 9(4), 357–380.

Primananda A.B., & Susanti, C.E (2021). The Effect of *Brand ambassador* and *Product quality* on *Purchase decision* through Brand Trust of Mie Sedaap in Surabaya.

International Journal of Trend in Research and Development, Volume 8(3), ISSN: 2394-9333 www.ijtrd.com

- Ramadhani, D. D., & Saino, S. (2021). Pengaruh Kualitas Produk dan Electronic word of mouth Terhadap Keputusan Pembelian Dimsum Mbeledos Surabaya. *Jurnal Sains Sosio Humaniora*, 5(1), 553–563.
- Rozalia, Rozalia, Rinuastuti, Handayani, & Hs, Rusminah. (2020). Ketertarikan Konsumen Pada *Brand ambassador* Dan Citra Merek Pada Keputusan Pembelian. *Distribusi - Journal of Management and Business*, 8(2), 149–162. <https://doi.org/10.29303/distribusi.v8i2.140>
- Sagia, A., & Situmorang, S. H. (2018). Pengaruh *Brand ambassador*, Brand Personality Dan Korean Wave Terhadap Keputusan Pembelian Produk Nature Republic Aloe Vera. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 5(2), 286–298. <https://doi.org/10.31843/jmbi.v5i2.168>
- Sekaran Uma, & Roger Bougie. (2020). *Metode Penelitian untuk Bisnis: Pendekatan Pengembangan-Keahlian*. Salemba Empat.
- Samosir, L. S., Putri, Y. R., & Nurfebriani, S. (2016). Pengaruh Penggunaan *Brand ambassador* Dewi Sandra Terhadap Putusan Pembelian Kosmetik Wardah Di Kota Bandung. *Jurnal Sosioteknologi*, 15(2), 233–240. <https://doi.org/10.5614/sostek.itbj.2016.15.02.6>
- Saputri, Sonia Aprilia, & Novitaningtyas, Ivo. (2022). Analisis Pengaruh Kualitas Produk dan Review Beauty Vlogger. *Among Makarti*, 15(1), 65–76
- Saputra, S. A., & Evelyn, F. (2022). Pengaruh Harga, Citra Merek, dan Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sepatu Futsal Specs. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi (JIMMBA)* <https://doi.org/10.32639/jimmba.v4i5.147>
- Satwika J, Hapsari, & Lintang. (2020). Negosiasi identitas perempuan penggemar sepakbola. *E-Journal Universitas Diponegoro*. 47417-109865-1-SM
- Saxena, N. K., & Dhar, U. (2021). Building *Brand image*: A Multi-Perspective Analysis. *Ilkogretim Online*, 20(5). doi:10.17051/ilkonline.2021.05.425
- Suwarni, S., Aprika, L., & Indriasari, N. (2020). Analisis Bauran Pemasaran Pada Pt. Global Imoo Telekomunikasi Bengkulu. *EKOMBIS REVIEW: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, <https://doi.org/10.37676/ekombis.v8i1.935>
- Sigalingging, L. (2021). Pengaruh citra merek dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen mitra ideal sukses di Kota Batam. *Manajemen*, 05(03), 8051–8060.

- Sriyanto, A., & Kuncoro, A. W. (2019). Pengaruh *brand ambassador*, minat beli dan testimoni terhadap keputusan pembelian. *Jurnal Ekonomika Dan Manajemen*, 8(1), 21–34.
- Soepono, D. (2019). Pengaruh *Brand ambassador* Dan *Brand image* Terhadap Keputusan Pembelian 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>
- Tazkiyatunnisa, M. (2019). “Pengaruh celebrity endorse, citra merek, dan kualitas produk terhadap Keputusan pembelian produk kosmetik Maybelline”. Skripsi. Tidak Diterbitkan. Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Universitas Muhammadiyah Magelang: Magelang
- Tri Nuryani, F., Nurkesuma Nurkesuma, & Baruna Hadibrata. (2022). Korelasi Keputusan Pembelian: Kualitas Produk, Persepsi Harga Dan Promosi (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi*, 3(4), 452–462. <https://doi.org/10.31933/jemsi.v3i4.977>
- Yusiana, R., & Maulida, R. (2015). Pengaruh Gita Gutawa Sebagai *Brand ambassador* Pond’S Dalam Mempengaruhi Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Telkom Jurusan D3 Manajemen Pemasaran). *Jurnal Socioteknologi*, 15(1), 233–240. www.marketing.co.id
- Widiatmoko, D. P., Karyatun, S., & Digdowiseiso, K. (2023). Influence Quality Product, Image Brand, and Promotion Regarding The Decision to Purchase Nike Shoes in Jakarta East. *Jurnal Syntax Admiration*, 4(4), 679–688. <https://doi.org/10.46799/jsa.v4i2.867>
- Wijaya, S. N. C. (2020). Pengaruh Celebrity Endorsement Terhadap Keputusan Pembelian Melalui *Brand image* Pada Produk Sportswear Merek Under Armour. *Agora*, 8(2).
- Wulandari, Rizky Desty, & Iskandar, Donant Alananto. (2018). Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Kosmetik. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 3(1), 11–18. <https://doi.org/10.36226/jrmb.v3i1.81>