

DAFTAR PUSTAKA

- Almajid, Satria. (2018). *Pengaruh Citra Merek terhadap Loyalitas Pelanggan pada PT First Media*. Skripsi. Universitas Telkom.
- Andi Siti Chadijah Fitriahningsih et al. (2020). *Influence of Brand Ambassador on Purchase Intention and Brand Image as Intervening Variable*. *Global Scientif Journals Vol. 8. Issue.6*.
- Amalia, Kadarisman, dan Lusy. (2019). *Pengaruh Citra Merek dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada E-Commerce Shopee Indonesia*. *Jurnal Administrasi Bisnis, Vol. 72 No. 2*.
- Ardi Ansa. (2017). *Pengaruh Desain Produk, Promosi, dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian*. *Jurnal Ekonomi dan Keuangan Syariah Vol. 1 No.2 Hal 178-189*.
- Ayuningtyas dan Rizal. (2016). *Analisis Pengaruh Promosi, Desain Produk, dan Kelompok Referensi Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Citra Merek Sebagai Variabel Intervening*. *Jurnal Management Diponegoro Vol. 5 No. 2*.
- Bilgin, Yusuf. (2018). *The Effect of Social Media Marketing Activities on Brand Awareness, Brand Image and Brand Loyalty*. *Business & Management Studies: An International Journal. Vol.6. Issue 1 Year, pp. 128-148*.
- Dewi, Aprilia. (2018). *Membangun Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan yang dipengaruhi oleh Kualitas Produk, Persepsi Harga dan Citra Merek*. Skripsi. Universitas Udayana.
- Feizal, Muhamad. (2018). *Pengaruh Citra Merek dan Harga Produk terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Sony Xperia di Indonesia*. Skripsi. Universitas Telkom.
- Ghozali, Imam. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariete dengan Program IBM SPSS 23*. Edisi 8. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hafilah, E, Chaer, V., & Usman, O. (2019). *The Effect od Brand Ambassador, Brand Image, Product Quality, and Price on Purchase Decisions Samsung Smartphones*. *SSRN Electronic Journal*.

- Hanum, Zubaidah. (2017). *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen dalam Keputusan Pembelian Sepatu Merek Nike di Kota Medan*. Jurnal Bisnis Administrasi. Vol.6. Nomor 1. Politeknik LP3I Medan.
- Joan Paskarina Raharjo. (2019). *Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Ardan Hotel Bandung*. Skripsi. Sekolah Tinggi Pariwisata NHI.
- Kotler, Philip dan Keller. (2016). *Marketing Management Global Edition 15*. England : Pearson Education Limited.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. (2018). *Principle of Marketing. 15th Edition*. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Mangola, Annisa. (2019). *Pengaruh Celebrity Endorser Online Shop di Instagram Terhadap Minat Beli Produk Fashion Muslim dalam Sudut Pandang Syariah Marketing*. Tasamuh Jurnal Studi Islam. Vol.11. Nomor 1, 25-48.
- Marlius, D. (2017). *Keputusan Pembelian Berdasarkan Faktor Psikologis dan Bauran Pemasaran PT Intercom Mobilindo Padang*. Jurnal Pundi, 1 (1), 57-66.
- Nurhasanah et al. (2020). *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, Volume 1071, International Conference on Advanced Science and Technology.
- Nyoman Suardhita et al. (2019). *Pengaruh Citra Merek (Brand Image) Terhadap Keputusan Pembelian Produk Bedak Merek Wardah*. Jurnal Penelitian Ekonomi dan Bisnis Vol. 3. No.1.
- Osak, Juliana. (2020). *Pengaruh Brand Ambassador dan Tagline terhadap Keputusan Pembelian Online dengan Mediasi Brand Awareness*. Skripsi. Universitas Udayana.
- Prawoto, Agus T. (2018). *Analisis Regresi Dalam Penelitian Ekonomi dan Bisnis: Dilengkapi Aplikasi SPSS & Eviews* Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Priansa, Donni J. (2017). *Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Bandung: Alfabeta.

- Priansa, Donni J. (2017). *Perilaku Konsumen*. Bandung: Alfabeta.
- Sadrabadi, A. N., M. K., & MonshiZadeh, M. (2018). *Evaluating the Role of Brand Ambassador in Social Media*. *Jurnal Manajemen Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. 2(3). 54-70.
- Saeed, Zeeshan. (2019) *A Study of Theories on Consumer Behavior*. *Journal of Computing and Management Studies*. Vol 3. Issue 1. Cardiff Metropolitan University.
- Sudaryono. (2016). *Manajemen Pemasaran Edisi 1*. Yogyakarta: Andi.
- Sugiyono. (2018). *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung : Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung : Alfabeta.
- Sujarweni, Wiratna. (2015). *SPSS untuk Penelitian Yogyakarta*: Pustaka Baru Press.
- Supriyadi. (2017). *Pengaruh Kualitas Produk dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian*. Skripsi. Universitas Merdeka Malang.
- Tambunan, Febiola. (2019). *Pengaruh Brand Ambassador “Sean Gelael” terhadap Keputusan Pembelian KFC*. Skripsi. Universitas Telkom.
- Waluya, A. I., Iqbal, M. A., & Indradewa, R. (2019). *How Product Quality, Brand Image, and Customer Satisfaction Affect The Purchase Decisions of Indonesian Automotive Customers*. *Journal of Service, Economics and Management*, 10(2), 177.
- Wang, Felicia. (2016). *The Influence of Brand Ambassador on Brand Image and Consumer Purchasing Decision: a Case of Tous Les Jours in Indonesia*. Skripsi. Universitas Pelita Harapan.
- Yulia Sasmita. (2019). *Pengaruh Brand Ambassador dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Pada Handphone OPPO*. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis* Vol. 2. No.18.
- Widodo. (2017). *Metodologi Penelitian: Populer dan Praktis*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.

Website

www.tekno.kompas.com (diakses 26 Oktober 2020)

www.mediaindonesia.com (diakses : 26 Oktober 2020)

www.cnbcindonesia.com (diakses : 28 Oktober 2020)

www.jojonomic.com (diakses 23 Oktober 2020)

www.kominfo.go.id (diakses : 26 Oktober 2020)

www.blog.mtarget.co (diakses : 28 Oktober 2020)

www.beritateknologi.id (diakses 26 Oktober 2020)

www.infografik.bisnis.com (diakses 23 Oktober 2020)

www.tokopedia.com (diakses: 28 Oktober 2020)

www.marketing.co.id (diakses 23 Oktober 2020)