

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Abdul. M. (2016). *Revolusi Manajemen Pemasaran*. Edisi Pertama, Mitra Wacana Media, Jakarta.
- Afandi, P. (2018). *Manajemen Sumber Daya Manusia; Teori, Konsep dan Indikator*, edisi 1. ed. Zanafa, Pekanbaru.156.
- Alma, B. (2016). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: C.V Alfabeta.
- Arthur A. Thompson, M. A. (2016). *Crafting and executing strategy: the quest for competitive advantage, concepts and readings*. New York: McGraw-Hill Education
- Assauri, S. (2017). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada
- Firmansyah, A. (2019). *Pemasaran Produk dan Merek; Planning and Strategy*. Surabaya: CV. Penerbit Qiara Media
- Kotler, Philip dan Keller L. K., (2016): *Manajemen Pemasaran edisi 12 Jilid 1 & 2*. Jakarta:PT.Indeks.
- Kotler, P. dan Keller L. K., (2017). *Manajemen Pemasaran*. Edisi 1. Alih bahasa: Bob sabran, MM. Jakarta :Erlangga
- Kotler, P. dan Keller L. K., (2018). *Marketing Management*, 15th Edition, Pearson Education, Inc
- Laksana, M. F. (2019). *Praktis Memahami Manajemen Pemasaran*. Sukabumi: CV Al Fath Zumar.
- Lea-Greenwood, Gaynor. 2012. *Fashion Marketing Communications Ebook*. Somerset, NJ, USA: Wiley.
- Puntoadi, D. (2011) *Meningkatkan penjualan melalui media sosial*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Purba, T. P. & Limakrisna, N. (2017). *Manajemen Pemasaran Teori dan Aplikasi Dalam Bisnis di Indonesia*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Ridwansyah, A. (2017). *Instant Marketing For Busy People : Rangkuman Intisari Pemasaran*. Esensi. Jakarta.

- Sarinah., M. (2017). Pengantar Manajemen. Yogyakarta: CV Budi Utama.
- Sudaryono. (2016). Manajemen Pemasaran: Teori Dan Implementasi. Yogyakarta: Andi.
- Sekaran, U. dan Roger, B. (2017), Metode Penelitian Bisnis, Edisi 6, Jakarta: Penerbit Salemba Empat.
- Smilansky, S. 2017. *Experiential Marketing: A Practical Guide to Interactive Brand Experiences. 2 ND edition, Kogan Page.*
- Sugiyono. (2018). Metode Penelitian Kuantitatif. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, F. & Gregorius, C. (2017). Pemasaran Strategik Edisi 3. Yogyakarta: Andi offset.
- Tjiptono, F. dan Anastasia, D. (2019). Kepuasan Pelanggan: Konsep Pengukuran dan Strategi. Yogyakarta: penerbit Andi.

Jurnal

- Adawiyah, D. P .R. (2020). Pengaruh Penggunaan Aplikasi TikTok Terhadap Kepercayaan Diri Remaja di Kabupaten Sampang. *Volume 14 No 2 EISSN 2549-4902, ISSN 1978-4597*
- Agustin, A. F. E & Maolana, A. (2020). PENGARUH *CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT* TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN (Studi Kasus Pengguna Mobil Toyota di Jepara Tahun 2020). *e-Proceeding of Applied Science : Vol.6, No.2*
- Alwafi, F., dan Magnadi, R. H. (2016). Pengaruh persepsi keamanan, kemudahan bertransaksi, kepercayaan terhadap toko dan pengalaman berbelanja terhadap minat beli secara *online* pada situs jual beli Tokopedia.com. Diponegoro *Journal Of Management*.
- Dharmawan, C. & Wardhana, A. (2021) PENGARUH *BRAND IMAGE* DAN *BRAND TRUST* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *ZANANA CHIPS*. *e-Proceeding of Management : Vol.8, No.6 ISSN : 2355-9357*

- Fransiska, I. & Madiawati, P. N. (2021). ANALISIS PENGARUH HARGA, PROMOSI, KUALITAS PELAYANAN, DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PENGGUNA SHOPEE DI BANDUNG. *e-Proceeding of Management : Vol.8, No.4. Page 3340*
- Hamzah, F. F. (2018). Pengaruh *Brand Ambassador* Terhadap Minat Beli Untuk Produk Indihome Pada PT. Telekomunikasi Indonesia TBK Kota Makassar. *Center of Economic Student Journal Volume 1. No.1*
- Hayati, dkk (2022) Analisis Kepercayaan Merek dalam Memediasi Hubungan Antara *Brand Experience* dan *Brand Loyalty* (Survey Pengguna Produk *Garnier Skincare* di Kota Sukabumi). *Management Studies and Entrepreneurship Journal Vol 3(3) 2022 : 1423-1434*
- Kurniawan, R. F. (2021). Pengaruh *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian Pada *Clothing MOXIE INC* Cabang Bandung. *Economic of Journal*
- Martini, L. B & Dewi, L. C. (2021). PENGARUH MEDIA PROMOSI TIK TOK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN. *Prosiding Seminar Nasional Hasil Penelitian-Denpasar*
- Mularwarman, Adila, D. N. (2017). Perilaku Pengguna Media Sosial beserta Implikasinya Ditinjau dari Perspektif Psikologi Sosial Terapan. *Vol. 25, No. 1, 36 – 44 DOI: 10.22146/buletinpsikologi.22759*
- Nisfathul, L. (2020). PENGARUH *BRAND AMBASSADOR* DAN KEPERCAYAAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI TOKOPEDIA. *Vol. 2, No. 2, Tahun 2020, ISSN: 2622-6367 (ONLINE) IQTISHA Dequity*
- Nurmoko, A. H.(2020). KEPUTUSAN PEMBELIAN *ONLINE* DI INSTAGRAM PADA MAHASISWA DI SOLO RAYA. *Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah Vol 3 No 1 E-ISSN : 2599-3410 | P-ISSN : 4321-1234*
- Novalia, Syifa. A, Balqis. A & Ramadhana. A. (2021). PEMANFAATAN APLIKASI TIKTOK SEBAGAI MEDIA PROMOSI UNTUK MENINGKATKAN *BRAND AWARENESS* (STUDI KASUS PADA PT. ES TEH INDONESIA). *Jurnal AKRAB JUARA Volume 6 Nomor 4*

- Oktiani, A. dan Khadafi, R. (2018). Pengaruh *Brand Awareness* Dan *Brand Image* Serta *Word Of Mouth* Terhadap *Brand Trust* Dan Pembentukan *Brand Loyalty* Pada Pelanggan *C'bezt Fried chicken* Kecamatan Genteng Banyuwangi. *Journal of Economic, Business and Accounting (COSTING)*. Volume 1 Nomor 2. e-ISSN : 2597-5234. Pp. 269- 282.
- Pintubatu, C & Saputri, M. E. (2021). Pengaruh *brand image* dan *brand ambassador* terhadap keputusan pembelian pada Tokopedia. *e-Proceeding of Management : Vol.8, No.5*
- Putri, C. S. (2016). PENGARUH MEDIA SOSIAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN *CHERIE* MELALUI MINAT BELI. *Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*. Volume 1, Nomor 5
- Putri, V. D. A. & Suasana, A. K. G. 2018. Pengaruh Elemen Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian di Gerai Starbucks Coffee. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana, Bali, Indonesia. *E-Jurnal Manajemen Unud, Vol 7, No. 1, 2018:470-496*.
- Presilia, S. & Kurniasari, N. (2021). Pengaruh *Brand Ambassador* Atta Halilintar dan Saah Halilintar terhadap Minat Beli. *Kalbisocio, Jurnal Bisnis dan Komunikasi, Volume 8, No. 1*
- Saijunus, M. & Herawati, S. (2022). Pengaruh *Brand Association* terhadap *Brand Loyalty* yang dimediasi oleh *Brand Trust* Pengguna GoPay di Kabupaten Bandung Barat (*The Effect of Brand Association on Brand Loyalty mediated by Brand Trust of GoPay Users in West Bandung Distric*). *Studi Ilmu Manajemen dan Organisasi (SIMO)* ISSN 2745-7826 Vol 3, No 1, 2022, 243-259
- Safitri, A. N. & Basiya, R. (2022). Pengaruh *Brand Image, Lifestyle*, dan Promosi Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian di Toko 3 *Second*. Volume 5 Issue 2 Pages 450 - 458
- Sidarta, H. & Sueni, N. (2019) PENGARUH *BRAND TRUST* DAN *BRAND EQUITY* TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN TRI DI *STORE DENPASAR*. Vol.2, No.1. ISSN : 2655 – 6782

- Suhardi, D. & Irmayanti, R. (2019) Pengaruh *Celebrity Endorser*, Citra Merek, dan Kepercayaan Merek Terhadap Minat Beli Konsumen. *Jurnal Inspirasi Bisnis dan Manajemen*, Vol 3, (1) e-2579-9401, p-2579-9312
- Suny. (2017). Pengaruh kepercayaan, kemudahan dan kualitas informasi penjualan terhadap keputusan pembelian secara online oleh mahasiswa politeknik negeri Batam. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*
- Suwardi, A. and Yusuf, R. (2021). PENGARUH MEDIA SOSIAL *INSTAGRAM* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU KIMBER (@KIMBERSHOES). *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi)*. 5, 3 (Sep. 2021), 144-156. DOI:<https://doi.org/10.31955/mea.vol5.iss3.pp144-156>
- Shadrina, R. N. & Sulistyanto, Y. (2022). ANALISIS PENGARUH *CONTENT MARKETING*, *INFLUENCER*, DAN MEDIA SOSIAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN. *Volume 11, Nomor 1 Halaman 1 ISSN (Online): 2337-3792. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr>*
- Setyorini, R. & Gita, D . (2016). PENGARUH *BRAND AMBASSADOR* TERHADAP *BRAND IMAGE* PERUSAHAAN *ONLINE ZALORA.CO.ID*. *e-Proceeding of Management : Vol.3, No.1 ISSN : 2355-9357*
- Sriyanto, A. & Kuncoro, A. W. (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 Vol. 8 No. 1 ISSN: 2252-6226 (print), ISSN: 2622-8165*
- Syahbani, M. F & Widodo, A. (2017). Food Blogger Instagram: *Promotion Through Social Media*. Vol. 1 No. 1 SSN: 2355-0295, E-ISSN :2549-8932
- 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 on Entrepreneurship (IConEnt2016)*.

“How Innovation could Improve the Performance and Productivity in Entrepreneurship?”, March 17, 2016.

Yusiana, R. & Maulida, R. 2015. Pengaruh Gita Gutawa Sebagai *Brand Ambassador Pond's* Dalam Mempengaruhi Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Mahasiswi Universitas Telkom Jurusan D3 Manajemen Pemasaran). 3(1): 311-316. *Vol III. No. 1* ISSN : 2355-0295

Zulfikar, A. R. & Mikhrihi. (2017). PENGARUH *SOCIAL MEDIA MARKETING* TERHADAP *BRAND TRUST* PADA *FOLLOWERS* INSTAGRAM DIMPET DHUFA CABANG YOGYAKARTA. *AL-IDARAH: JURNAL MANAJEMEN DAN ADMINISTRASI ISLAM*

Skripsi

Dennis, A. (2020) PENGARUH INOVASI PRODUK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DAN DAMPAKNYA TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN (Studi Kasus Pada Konsumen GrabFood di Jakarta Timur). Other thesis, Universitas Darma Persada.

Fauzi, F. (2018) PENGARUH PERSEPSI KONSUMEN DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN VAPE (Studi Kasus Pada Pelanggan Di Toko *Vapetoblack*). Other thesis, Universitas Darma Persada.

Febriansyah, K. (2021) Pengaruh *Marketing Mix* Terhadap Kepuasan Konsumen di Kopi Studio 24 Malang. Skripsi (S1) thesis, Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie, Jakarta

Haryati, H. (2019) *PENGARUH BRAND AMBASSADOR AGNES MONICA TERHADAP BRAND IMAGE VIVO SMARTPHONE*. Other thesis, Universitas Darma Persada.

Hermansyah, (2021) *PENGARUH BRAND TRUST, HARGA PRODUK, DAN BRAND IMAGE* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN TEPUNG TERIGU BOGASARI. Skripsi (S1) thesis, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia, Jakarta

Lukman, E. (2018) *PENGARUH BRAND IMAGE DAN BRAND TRUST TERHADAP BRAND LOYALTY PADA PENGGUNA HELM MEREK INK*

- (Studi kasus pada Mahasiswa STIE Widya Gama Lumajang). [Undergraduate Thesis]
- Putri . N. I. S. - (2020) PENGARUH *BRAND AMBASSADOR*, KEPERCAYAAN DAN RESIKO TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI *E-COMMERCE SHOPEE* OLEH MAHASISWA DI PEKANBARU. Skripsi thesis, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
- Putriyana, N . & Rafiq, M . (2022) PENGARUH *CELEBRITY ENDORSER* DAN *BRAND TRUST* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK *FASHION ERIGO*. Skripsi thesis, IIB Darmajaya.
- Ismail, & R. W. (2020) Pengaruh Pemasaran Media Sosial Terhadap Respon Konsumen Melalui Ekuitas Merek (Studi Kasus Pada Konsumen Pengunjung Media Sosial Instagram Picnic). Other thesis, Universitas Komputer Indonesia.
- Laurencia, E. (2020) Pengaruh *Brand Image* dan *Brand Trust* Terhadap Loyalitas Pelanggan Sepatu Nike Pada Mahasiswa Kwik Kian Gie *School Of Business*. Skripsi (S1) thesis . Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie, Jakarta
- NABILA, N. (2019) PENGARUH *BRAND AWARENESS*, *PERCEIVED QUALITY*, DAN *BRAND LOYALTY* TERHADAP *BRAND EQUITY* SEMEN GESIK DI KECAMATAN KEBOMAS. *undergraduate thesis*, Universitas Muhammadiyah Gresik.
- SIDAURUK, K. N. (2021) PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL TIKTOK SEBAGAI MEDIA PROMOSI BARU OLEH BIGISSIMO.ID DI MASA PANDEMI. S1 thesis, UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA.
- SITTI, M . 2021 “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Smartphone Merek iPhone (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar)”. *undergraduate thesis*, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar
- SULISTIANA, U. (2019) *ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KUALITAS PRODUK DAN PERILAKU KONSUMEN DALAM PEMBELIAN BARANG ELEKTRONIK PADA PT. METRO CASH*

& *CREDIT ELECTRONIC & FURNITURE MEDAN*. Skripsi thesis,
UNIVERSITAS DHARMAWANGSA

Tambunan, F. (2019). Pengaruh *Brand Ambassador* “Sean Gelael” terhadap
Keputusan Pembelian KFC. Skripsi. Universitas Telkom

Website

<https://mashmoshem.co.id/> (diakses 15 Juni 2022)

www.compas.co.id, (diakses 27 Mei 2022)

www.topbrandkosmetikskincare-award.com (diakses 27 Mei 2022)

<https://kumparan.com/> (diakses 15 Juni 2022)

<https://www.msglowid.com> (diakses 15 Juni 2022)

<https://sensortower.com> (diakses 15 Juni 2022)

<https://jember.jatimnetwork.com> (diakses 27 Mei 2022)

