

## DAFTAR PUSTAKA

- Alma, B. (2016). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa (Ke-12)*. Bandung: Alfabeta.
- Ananda, H. (2015). *Penelitian Bisnis dan Manajemen Menggunakan Partial Least Squares (PLS) dengan smartPLS 3.0*. Modul Ajar, Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Brawijaya.
- Andrews, J. C., & Shimp, T. A. (2017). *Advertising, promotion, and other aspects of integrated marketing communications*. Cengage Learning.
- 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*. *Procuratio: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 9(4), 372–380.
- Barnes, L., & Lea-Greenwood, G. (2016). *Fast Fashioning and Supply Chain*. *Journal of Fashion Marketing and Management*, 10(3), 20–25.
- Basu Swastha, D. H., & Handoko, T. H. (2015). *Manajemen Pemasaran*. Liberty, Yogyakarta.
- Fandy, T. (2015). *Strategi Pemasaran Edisi-4*, Yogyakarta: Cv. Andi Offset.
- Firmansyah, M. A. (2019). *Pemasaran Produk dan Merek: Planning dan Strategy*. Penerbit Qiara Media.
- Ghozali, I., & Latan, H. (2015). *Konsep, teknik, aplikasi menggunakan Smart PLS 3.0 untuk penelitian empiris*. BP Undip. Semarang.
- Ilmi, S., Pawenang, S., & Marwati, F. S. (2020). *Pengaruh Choi Siwon Sebagai Brand Ambassador, Brand Image (Citra Merek) dan Cita Rasa Terhadap Keputusan Pembelian Mie Korean Spicy Chicken*. *Edunomika*, 4(1), 103–113.
- Kolinug, M. S., Mananeke, L., & Tampenawas, J. (2022). *Pengaruh Brand Ambassador Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Revlon (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Sam Ratulangi)*. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 10(3), 101–111.
- Kotler, Philip dan Armstrong, G. (2016). *Principles Of Marketing (Global Edi)*. Pearson Education.

- Kotler, P., & Armstrong, G. (2016). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., Burton, S., Deans, K., Brown, L., & Armstrong, G. (2015). *Marketing*. Pearson Higher Education AU.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *A framework for marketing management*. Pearson Boston, MA.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2017). *Manajemen Pemasaran (Edisi ke-12. Jilid 1) Indonesia*. PT Macanan Jaya Cemerlang: PT Indeks.
- Olson, J. C., & Paul, P. J. (2014). *Perilaku konsumen dan strategi pemasaran*. Edisi Sembilan. Buku, 2.
- Priansa, D. J. (2017). *Perilaku konsumen dalam persaingan bisnis kontemporer*.
- Purwati, A., & Cahyanti, M. M. (2022). *Pengaruh Brand Ambassador Dan Brand Image Terhadap Minat Beli Yang Berdampak Pada Keputusan Pembelian*. Iqtishaduna: Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita, 11(1), 32–46.
- Rahima, P. (2018). *Pengaruh Strategi Positioning Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Air Minum Dalam Kemasan Botol Merek Narmada (Studi Kasus: Pada Masyarakat Lingkungan Kebun Sari Mataram)*. Jurnal Varian, 1(2), 92–101.
- Rahma, Y. P., & Setiawan, M. B. (2022). *Pengaruh Brand Ambassador, Electronic Word Of Mouth (e-WOM) Dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Produk Sunscreen Azarine*. Jurnal Bisnis Dan Manajemen, 2(2), 29–43.
- Royan, F. M., & SE, M. M. (2017). *Peluang Bisnis Mendirikan Perusahaan Distributor*. Gramedia Widiasarana Indonesia.
- Schiffman, K. dan. (2015). *Consumer Behavior (11th Editi)*. Global Edition.
- Siti, P. S., & Ferdinand, A. T. (2014). *Analisis Pengaruh Foreign Branding Terhadap Perceived Product Advantage Dan Brand Personality Terhadap Brand Image Serta Implikasinya Terhadap Minat Membeli Produk Lea Jeans (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro denga*. Fakultas Ekonomika dan Bisnis.
- Sugiyono. (2016). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan r & d*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode penelitian bisnis: pendekatan kuantitatif, kualitatif, kombinasi, dan R&D*. Penerbit CV. Alfabeta: Bandung, 225.

- Sugiyono, P. D. (2019). *Metode Penelitian Pendidikan (Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi, R&d dan Penelitian Pendidikan)*. Metode Penelitian Pendidikan.
- Tjiptono, F. (2015). *Service Management Mewujudkan Layanan Prima*. CV. Andi Offset.
- Yolanda, R., & Soesanto, H. (2017). *Pengaruh persepsi kualitas produk, daya Tarik promosi, dan brand ambassador terhadap keputusan pembelian dengan brand image sebagai variabel intervening (Studi pembelian produk kosmetik Wardah pada mahasiswi FEB Universitas Diponegoro Semarang)*. *Diponegoro Journal of Management*, 6(4), 834–845.
- Cahyadi, L. and Cahyadi, W. (2023) 'The influence of transactional leadership style and transformational on organizational commitment with compensation as a moderating variable', *JPPI (Jurnal Penelitian Pendidikan Indonesia)*, 9(2), p. 845. doi:10.29210/020231736.
- Cahyadi, W., Aswita, D. and Ningsih, T.Z. (2022) 'Analysis of The Development of Non-Cognitive Assessment Instrument to Support Online History Learning in Jambi City High School', *AL-ISHLAH: Jurnal Pendidikan*, 14(3), pp. 3265–3274. doi:10.35445/alishlah.v14i3.2044.
- Candrasa, L. and Cen, C.C. (2022) 'The Effect Of Teacher Teaching, Learning Methods And Students Perceptions On The Student's Learning Achievement In Medan City', *JPPI (Jurnal Penelitian Pendidikan Indonesia)*, 8(4), pp. 449–456. doi:10.29210/020221737.
- Sinaga, E.M. (2022) 'The Influence Of Price On Purchase Decision With Quality Of Service As Intervening Variable (Case Study On Customer Outlet Distributor Of XL AXIATA Products PT. Akses Lintas Nusantara Kota Tebing Tinggi)', *JPPI (Jurnal Penelitian Pendidikan Indonesia)*, 8(4), pp. 125–133. doi:10.29210/020221734.

BINA KARYA  
TEBING TINGGI