

DAFTAR PUSTAKA

- Andina, A. (2019). Pengaruh Daya Tarik Iklan, Brand Ambassador Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Wardah. *Jurnal Ilmiah Komunikasi (JIKOM) STIKOM IMA*, 11(03), 1. <https://doi.org/10.38041/jikom1.v11i03.94>
- Az-zahra, A. F., & Sudrajat, R. H. (2021). Pengaruh Brand Ambassador NCT 127 dan Daya Tarik Iklan terhadap Keputusan Pembelian Produk Nature Republic. *E-Proceeding of Management*, 8(5), 7017–7025.
- 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. <http://www.ejournal.pelitaindonesia.ac.id/ojs32/index.php/PROCURATIO/article/view/1377>
- Biasa, K. M., Tumbel, A. L., Walangitan, M. D., Manajemen, J., & Ekonomi, F. (2021). Pemanfaatan Sistem Pemasaran Online Dan Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Pembelian Konsumen Pada Masa Pandemic Covid-19 (Study Kasus Online Shop Manado). *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 9(2), 948–956. <https://doi.org/10.35794/emba.v9i2.33913>
- Darmawan, R., & Martini, E. (2019). The Effect of Brand Ambassador To Brand Image and Its Impact On Purchase Decisions (Study in OPPO Smartphone Users). *Jurnal EProceedings of Management*, 16(2), 2. <https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/management/article/view/9743%0A/9607>
- Faradasya, C. I., & Trianasari, N. (2021). Pengaruh Brand Ambassador Kpop Stray Kids Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus E-Commerce Shopee). *E-Proceeding of Management*, 8(2), 865–873. <https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/management/article/download/14755/14532>
- Fatmasari, D. (2018). *DAN BRAND LOYALTY TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN HANDPHONE SAMSUNG (Studi Kasus Mahasiswa FTIK IAIN Purwokerto) JURUSAN EKONOMI SYARI ' AH FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM*. 1–79.
- Habibah, Hamdani, & Lisawati, S. (2018). Pengaruh Brand Image dan Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah (Studi pada Perempuan Muslim di Kota Bogor). *Iqtishoduna P-ISSN: 2252-5661, e-ISSN: 2443-0056*, 7(2), 233–261.
- Hariawan, A. (2021). Analisis Pengaruh Gaya Kepemimpinan, Praktek Manajemen Sdm Terhadap Kepercayaan Pada Organisasi Dan Kepuasan Kerja Karyawan Universitas Amikom Purwokerto. *Probisnis (e-Journal)*, 14(2), 11–19. <https://doi.org/10.35671/probisnis.v14i2.1258>
- Izzati, R. R. (2019). Pengaruh Perceived Quality Dan Brand Image Terhadap Brand Trust Produk Kosmetik Wardah. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 8(2), 15. <https://doi.org/10.32502/jimn.v8i2.1807>
- Lailiya, N. (2020). *IQTISHADequity Prodi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis PENGARUH BRAND AMBASSADOR DAN KEPERCAYAAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI TOKOPEDIA*. 2(2), 2622–6367.

- Nurani, & Briliani, W. (2020). Pemasaran Online Terhadap Keputusan Pembelian Produk Wardah Kosmetik Area DC Kediri. *Jurnal Benefit*, 7(1), 14–31.
- Oktavania, W. P. (2019). Pengaruh Pemasaran Langsung dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Wardah Exclusive Matte Lip Cream Di Tokopedia. *Expose: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 2(1), 27. <https://doi.org/10.33021/exp.v2i1.543>
- Puspita, M. A. (2015). *Pengaruh Brand Ambassador Terhadap International Brand Image*. 8(5), 5749–5757.
- 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>
- 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>
- Saputra, G. W., & Ardani, I. G. A. K. S. (2020). Pengaruh Digital Marketing, Word of Mouth, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 9(7), 2596. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2020.v09.i07.p07>
- Simanjuntak, L., & Prihatini, A. E. (2020). Pengaruh Celebrity Brand Ambassador dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian Produk Wardah (Studi Kasus Pada Konsumen Wardah di Kota Semarang). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 9(3), 276–283. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jiab/article/view/28080>
- 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>
- Sriyanto, A., & Kuncoro, A. W. (2019). Pengaruh brand ambassador, minat beli dan testimoni terhadap keputusan pembelian. *Jurnal Ekonomika Dan Manajemen*, 8(1), 21–34.
- Susanti, F., & Gunawan, A. C. (2019). *Pengaruh Bauran Promosi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Maybelline Di Kota Padang*. <https://doi.org/10.31227/osf.io/npjqh>
- Wulandari, R. D., & Iskandar, D. A. (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>
- Yusiana, R., & Maulida, R. (2016). Pengaruh Gita Gutawa Sebagai Brand Ambassador Pond'S Dalam Mempengaruhi Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Mahasiswi Universitas Telkom Jurusan D3 Manajemen Pemasaran). *Jurnal Sosioteknologi*, 15(1), 233–240. www.marketing.co.id
- Andina, A. (2019). Pengaruh Daya Tarik Iklan, Brand Ambassador Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Wardah. *Jurnal Ilmiah Komunikasi (JIKOM) STIKOM IMA*, 11(03), 1. <https://doi.org/10.38041/jikom1.v11i03.94>
- Az-zahra, A. F., & Sudrajat, R. H. (2021). Pengaruh Brand Ambassador NCT 127 dan Daya Tarik Iklan terhadap Keputusan Pembelian Produk Nature Republic. *E-Proceeding of Management*, 8(5), 7017–7025.

- 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. <http://www.ejournal.pelitaindonesia.ac.id/ojs32/index.php/PROCURATIO/article/view/1377>
- Biasa, K. M., Tumbel, A. L., Walangitan, M. D., Manajemen, J., & Ekonomi, F. (2021). Pemanfaatan Sistem Pemasaran Online Dan Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Pembelian Konsumen Pada Masa Pandemic Covid-19 (Study Kasus Online Shop Manado). *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 9(2), 948–956. <https://doi.org/10.35794/emba.v9i2.33913>
- Darmawan, R., & Martini, E. (2019). The Effect of Brand Ambassador To Brand Image and Its Impact On Purchase Decisions (Study in OPPO Smartphone Users). *Jurnal EProceedings of Management*, 16(2), 2. <https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/management/article/view/9743%0A/9607>
- Faradasya, C. I., & Trianasari, N. (2021). Pengaruh Brand Ambassador Kpop Stray Kids Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus E-Commerce Shopee). *E-Proceeding of Management*, 8(2), 865–873. <https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/management/article/download/14755/14532>
- Fatmasari, D. (2018). *DAN BRAND LOYALTY TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN HANDPHONE SAMSUNG (Studi Kasus Mahasiswa FTIK IAIN Purwokerto) JURUSAN EKONOMI SYARI ' AH FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM*. 1–79.
- Habibah, Hamdani, & Lisnawati, S. (2018). Pengaruh Brand Image dan Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah (Studi pada Perempuan Muslim di Kota Bogor). *Iqtishoduna P-ISSN: 2252-5661, e-ISSN: 2443-0056*, 7(2), 233–261.
- Hariawan, A. (2021). Analisis Pengaruh Gaya Kepemimpinan, Praktek Manajemen Sdm Terhadap Kepercayaan Pada Organisasi Dan Kepuasan Kerja Karyawan Universitas Amikom Purwokerto. *Probisnis (e-Journal)*, 14(2), 11–19. <https://doi.org/10.35671/probisnis.v14i2.1258>
- Izzati, R. R. (2019). Pengaruh Perceived Quality Dan Brand Image Terhadap Brand Trust Produk Kosmetik Wardah. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 8(2), 15. <https://doi.org/10.32502/jimn.v8i2.1807>
- Lailiya, N. (2020). *IQTISHADequity Prodi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis PENGARUH BRAND AMBASSADOR DAN KEPERCAYAAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI TOKOPEDIA*. 2(2), 2622–6367.
- Nurani, & Briliani, W. (2020). Pemasaran Online Terhadap Keputusan Pembelian Produk Wardah Kosmetik Area DC Kediri. *Jurnal Benefit*, 7(1), 14–31.
- Oktavania, W. P. (2019). Pengaruh Pemasaran Langsung dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Wardah Exclusive Matte Lip Cream Di Tokopedia. *Expose: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 2(1), 27. <https://doi.org/10.33021/exp.v2i1.543>
- Puspita, M. A. (2015). *Pengaruh Brand Ambassador Terhadap International Brand Image*. 8(5), 5749–5757.

- 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>
- 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>
- Saputra, G. W., & Ardani, I. G. A. K. S. (2020). Pengaruh Digital Marketing, Word of Mouth, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 9(7), 2596. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2020.v09.i07.p07>
- Simanjuntak, L., & Prihatini, A. E. (2020). Pengaruh Celebrity Brand Ambassador dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian Produk Wardah (Studi Kasus Pada Konsumen Wardah di Kota Semarang). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 9(3), 276–283. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jiab/article/view/28080>
- 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>
- Sriyanto, A., & Kuncoro, A. W. (2019). Pengaruh brand ambassador, minat beli dan testimoni terhadap keputusan pembelian. *Jurnal Ekonomika Dan Manajemen*, 8(1), 21–34.
- Susanti, F., & Gunawan, A. C. (2019). Pengaruh Bauran Promosi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Maybelline Di Kota Padang. <https://doi.org/10.31227/osf.io/npjqh>
- Wulandari, R. D., & Iskandar, D. A. (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>
- Yusiana, R., & Maulida, R. (2016). Pengaruh Gita Gutawa Sebagai Brand Ambassador Pond'S Dalam Mempengaruhi Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Mahasiswi Universitas Telkom Jurusan D3 Manajemen Pemasaran). *Jurnal Sosioteknologi*, 15(1), 233–240. www.marketing.co.id