

DAFTAR PUSTAKA

- Alistian, A. (2022). Pengaruh Brand Ambassador dan Brand Image Terhadap Minat Beli Produk Scarlett Whitening. *Jurnal Cendekia Ilmiah*, 1.
- Anwar, A. (2009). *Statistika Penelitian Pendidikan dan Aplikasinya dengan SPSS dan Excel*. Kediri: IAIT Press.
- Arikunto, S. (2016). *Manajemen Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Basari, M. (2019). Pengaruh Brand Ambassador, Beauty Vlogger, dan Experiential Marketing Terhadap Minat Beli Produk Wardah Pada Kalangan Mahasiswi Universitas Pelita Bangsa. *Jurnal cendekia ilmiah*, 1.
- Deru R. Indika, C. J. (2021). Media Sosial Instagram Sebagai Sarana Promosi Untuk Meningkatkan Minat Beli Konsumen. *Jurnal Cendekia Ilmiah*, 1.
- Felicia Wang, E. S. (2016). The Influence of Brand Ambassador on Brand Image and Consumer Purchasing Decision: A Case of Tous Les Jours In Indonesia. *Jurnal Ilmiah*, 2.
- Florentina Stefhani Nainggolan, d. A. (2022). *Pengaruh Promosi dan Brand Ambassador terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Pada PT. Sepatu Bata Tbk. Cabang Karawang*, 1.
- Jean Francois, d. (2019). Modelling Innovation and the Macroeconomics of Low-Carbon Transition: Theory, Perspectives and Practical Use. *Synthesis*.
- Kanuk, S. d. (2007). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT. Indeks.
- Kurniawan, G. (2020). *Perilaku Konsumen Dalam Membeli Produk Beras Organik Melalui E-Commerce*. Surabaya: Penerbit Mitra Abisatya.
- Lazarus Sinaga, T. E. (2019). Perception Analysis and Consumer Behaviour On Purchasing Shell Helix Lubricate Oil Product By PT. Tira Wira Usaha. *Journal Marketing Studies*, 59-75.
- Luthfiana, R. R. (2023). Pengaruh Brand Ambassador dan Social Media Instagram @Npureofficial Terhadap Keputusan Pembelian Produk Npure. *Jurnal Marketing*.
- Martono, N. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Rajawali.
- Muhammad Fakhru Rizky NST, H. Y. (2021). Pengaruh Promosi dan Harga Terhadap Minat Beli Perumahan Obama PT. Naila Adi Kurnia Sei Mencirim Medan. *Jurnal Bisnis*, 1.
- Ni Desak Made Santi Diwyathi, d. (2021). *Psikologi Sosial*. Bandung: Widina Bhakti Persada Bandung.
- Ni Putu Vivin Indrawati, N. K. (2016). Implementasi Teknik Modelling Untuk Meningkatkan Kemampuan Berbicara Pada Anak Kelompok B 1. *Jurnal Pendidikan*.

- Pengaruh Brand Ambassador Terhadap Minat Beli Produk Maybelline New York Melalui Sikap Pada Iklan Sebagai Variabel Mediasi. (2022). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 1.
- Respati, W. D. (2017). Pengaruh Brand Ambassador, Brand Image, dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Produk Lipstik Wardah. *Jurnal bisnis*, 1.
- Ridha, N. (2017). Proses Penelitian, Masalah, Variabel, dan Paradigma Penelitian. *Jurnal ilmiah*.
- Royan, F. M. (2004). *Marketing Celebrities*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- Rully Indrawan, P. Y. (2014). *Metodologi Penelitian*. Bandung: Refika Aditama.
- Sadrabadi, N. S. (2018). Evaluating the Role of Brand Ambassador in Media Social. *Jurnal Pemasaran dan Perilaku Konsumen*, 1.
- Santrock, J. W. (2003). *Adolescence perkembangan remaja*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- _____ (2012). *Perkembangan Masa Hidup*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Sari, S. P. (2020). Hubungan Minat Beli Dengan Keputusan Pembelian Pada Konsumen. *Jurnal Psikologi*.
- Shavira, V. (2017). Pengaruh Brand Ambassador Jessica Mila Terhadap Minat Beli Produk Fair and Lovely (Studi Korelasional Pada Siswi SMK Swasta Tunas Karya Batang Kuis). *Jurnal Komunikasi*.
- Sobur, A. (2003). *Psikologi Umum*. Bandung: Penerbit Pustaka Setia.
- Soeryasumantri, J. S. (2010). *Filsafat Ilmu Sebuah Pengantar Populer*. Jakarta: Sinar Harapan.
- Sugiyono. (2013). *Cara Mudah Menyusun Skripsi, Tesis, dan Disertasi*. Bandung: Alfabeta.
- _____ (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- _____ (2015). *Metode Penelitian Kombinasi*. Bandung: Alfabeta.
- Sujarweni, W. (2012). *SPSS Untuk Paramedis*. Yogyakarta: Penerbit Gava Media.
- Sunyoto, D. (2013). *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Penerbit CAPS.
- Ulfa, R. (2021). Variabel Penelitian Dalam Penelitian Pendidikan. *Jurnal Pendidikan dan Keislaman*.
- Widhayanti, Y. (2017). Pengaruh Brand Ambassador, Sales Promotion, dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Brand Image. *Jurnal Ilmiah*, 8.
- Wulandari, C. (2020). Pengaruh Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone OPPO F3 di Samarinda. *cependekia*, 1.
- Zamzam, S. B. (2015). *Model Penelitian Kuantitatif Berbasis SEM-AMOS Pengujian dan Pengukuran*. Yogyakarta: Deepublish.