

## DAFTAR PUSTAKA

### 1. Sumber Buku :

- Firmansyah, A. (2019). *Pemasaran (Dasar dan Konsep)*. Surabaya: Qiara Media.
- Firmansyah, A. (2019). *Pemasaran Produk dan Merek (Planning & Strategy)*. Surabaya: Qiara Media.
- Ghozali, I. (2020). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21*. Semarang: Badan Penerbit UNDIP.
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Taufiqurokhman, Wekke, I. S., Saleh, A. M., & Andriansyah. (2021). *Pendidikan Dalam Tinjauan Administrasi Publik : Teori dan Praktik*. (Ana, Ed.). Yogyakarta: Samudra Biru.

### 2. Sumber Jurnal dan Skripsi :

- Edrin, F., & Fhatiyah, N. (2022). Pengaruh Brand Ambassador dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Kasus Pada Event Free Photocard BTS Tokopedia). *Proceeding Seminar Nasional Bisnis, VI*.
- Ezeuduji, I. O., & Mhlongo, P. S. (2019). Tourists' perception of a destination brand image: KwaZulu-Natal, South Africa. *African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure*, 74.
- Indika, N., & Suhenda, A. (2021). Pengaruh Komitmen Organisasi dan Organizational Citizenship Behavior (OCB) Terhadap Kinerja Karyawan (Studi Kasus Pada Karyawan PT. Ladafa Multi Logistics Jakarta). *Jurnal Administrasi Bisnis, I*, 64-73.
- Ivanov, M. R. (2021). Pengaruh Brand Ambassador dan Cita Rasa Terhadap Keputusan Pembelian Mie Sedap Korean Spicy (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Riau). *Skripsi Universitas Islam Riau*.
- Kolinung, 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 Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi, X*.
- Paramitha, M. P. (2021). Pengaruh Brand Ambassador, Brand Image, dan Brand Awareness Terhadap Purchase Decision MS Glow di Indonesia.

- Purwati, A., & Cahyanti, M. M. (2022). Pengaruh Brand Ambassador dan Brand Image Terhadap Minat Beli Yang Berdampak Pada Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita, II*, 32-46.
- Rahmawati, H., Supriyono, & Fitriyah, Z. (2022). Pengaruh Brand Ambassador dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Pada E-Commerce Blibli. *Jurnal Unublitar, VII*.
- Safitri, D. (2023). Pengaruh Parasocial Relationship Terhadap Intensi Membeli Produk Click Natural Whitening Toothpaste Pada Penggemar NCT127. *Skripsi UNJakarta*.
- Tijun, S., & Saino. (2023). Pengaruh NCT DREAM Sebagai Brand Ambassador dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Mie Instan Dengan Korean Wave Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*.

