

## DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, A David. (2014). *Manajemen Ekuitas Merek*, alih Bahasa: Aris Ananda. Edisi Revisi. Jakarta: Mitra Utama.
- A. Shimp, Terence. (2014). *Komunikasi Pemasaran Terpadu dalam Periklanan dan Promosi*. Jakarta: Salemba Empat.
- Augusty, Ferdinand. (2014). *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian untuk Penulisan Skripsi tesis dan Desrtasi Ilmu Manajemen*. ke-5. Semarang: AGF Books.
- Doucett, Elisabeth. 2008. *Creating your Library Brand*. USA: The American Library Association.
- Dwi R.S, Prisca., S.M. Alfatih., H. Renny. (2020). Pengaruh *Brand Image*, Harga, dan Kualitas Layanan terhadap Minat Beli. *Prosiding BIEMA*, 1 hal 727-738.
- Eko Prasetyo, Muchammad. (2018). Pengaruh *Celebrity Endorse* dan *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian Air Minum dalam Kemasan Merk Aqua di Toko Trunojoyo Sidoarjo. *Skripsi*. Universitas PGRI Adi Buana Surabaya.
- Fatmawati, Siti. (2018). Pengaruh Artis *Endorsement* Terhadap Minat Beli Wardah Lipstick *Series* Melalui Media Sosial Instagram Studi pada Mahasiswi Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas PGRI Adi Buana Surabaya. *Skripsi*. Universitas PGRI Adi Buana Surabaya.
- Field, A (2009). *Discovering Statistics Using SPSS (Third Edition)*. California: SAGE Publisher.
- Ghozali, Imam. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gita, Devi & Setyorini, Retno. (2016). Pengaruh *Brand Ambassador* terhadap *Brand Image* Perusahaan *Online Zalora.co.id*. e-Proceeding of Management, 3(1), hal 620-626.
- Hamidah & Raya. (2020). Pengaruh *Brand Ambassador* dan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada *Marketplace* Tokopedia. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 8(3) hal 904-910.

- Hutasoit, C.S. (2011). *Pelayanan Publik Teori dan Aplikasi*. Jakarta: Magnascript.
- Khotimah, Husnul & Suryadi. (2021). Pengaruh *Brand Ambassador, Brand Image, Promotion, dan Service Quality* terhadap Keputusan Pembelian (Pengguna Aplikasi *E-commerce* Shopee). *Jurnal Manajemen Diversifikasi*, 1(4) hal 963-970.
- Kotler, dan Keller. (2016). *Manajemen Pemasaran*. 15<sup>th</sup> edition. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Armstrong, Garry. (2008). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi 12 Jilid 2. Jakarta: Erlangga.
- Lea-Greenwood, Gaynor. (2012). *Fashion Marketing Communication*. USA: Wiley.
- Morissan. (2012). *Periklanan*. Jakarta: Kharisma Putra Utama.
- Santi, Sofia Sumalia. (2021). Pengaruh *Brand Ambassador dan Advertising Campaign* terhadap Minat Beli Konsumen di Situs Belanja *Online* Shopee. *Skripsi*. Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
- Shinta, Nur Rahma Tiara. (2020). Analisis Pengaruh *Brand Ambassador, Advertising Campaign, serta Country of Origin* terhadap Minat Beli Pada Situs Tokopedia.com. *Skripsi*. Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Setiadi, N.J. (2013). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Kencana Perdana Media Grup.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Supranto, J. (2011). *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan Untuk Menaikkan Pangsa Pasar*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Swastha Dharmmesta, Basu., & Handoko, T. Hani. (2010). *Manajemen Pemasaran "Analisa Perilaku Konsumen"*. Edisi Pertama ke-3. Yogyakarta: BPFE.
- Tim Penyusun. (2021). *Buku Pedoman Penulisan Skripsi*. Surabaya: Universitas PGRI Adi Buana Surabaya.
- Tjiptono, Fandy. (2001). *Strategi Pemasaran*. Edisi 1. Yogyakarta: Andi Offset.