

## DAFTAR PUSTAKA

- Ahmed, M. (2016). Endorser Credibility Effects on Yemeni Males Consumer's Attitude towards Advertisement and Purchase Intention. *Proceedings of the Fifth Asia-Pacific Conference on Global Business, Economics, Finance, and Social Science*.
- Andjarwati, A. L., & Rachmawati, S. D. (2020). Pengaruh Kesadaran Merek dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian. *Elektronik Jurnal Ekonomi Bisnis Dan Akuntansi*, 7(1).
- Darmawati, A. M. (2018). *Pengaruh penggunaan western model sebagai brand ambassador terhadap sikap pada iklan serta dampaknya terhadap minat beli*. Universitas Brawijaya.
- Arikunto, S. (2020). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Rineka Cipta.
- Fitrianingsih, A., & Kadir. (2020). Influence of Brand Ambassador on Purchase Intention and Brand Image as Intervening Variable. *Global Scientific*.
- Cahyowulan. (2018). *Pengaruh Brand Ambassador pada Minat beli Produk Wrangler dengan Citra Merek sebagai Variabel Intervening*. universitas Sanata Dharma.
- Emezue, L. N., Okeke, C. V., & Ugwuanyi, C. C. (2018). Celebrity Advertising, Brand Awareness and Brand Recognition: A Structural Equation Modelling Approach . *European Journal of Business and Management*, 10(28).

- Tjiptono, F. (2005). *Brand Management & Strategy*. Andi.
- Fasha, A. F., & Robi, M. R. (2021). Determinasi Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli: Brand Ambassdor dan Brand Image (Literature review dan Manajemen Pemasaran). *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(1).
- Fertanto, M. L. (2020). *The Influence of Percieved Brand Salience, Percieved Brand Quality, Percieved Brand Image Toward Percieved Destination Loyaltiy in Malioboro*. Universitas Atma Jaya.
- Ghozali, I., & Latan, H. (2015). *Partial least Squares Konsep, Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program Smartpls 3.0 Untuk Penelitian Empiris*. Universitas Diponegoro.
- Greenwood, G. L. (2013). *Fashion Marketing Communication eBook*. UK: John Wiley & Sons Ltd.
- Hair, J. F., Sarstedt, M., Pieper, T., & Ringle, C. M. (2012). The Use of Partial Least Squares Structural Equation Modeling in Strategic Management Research: A Review of Past Practices and Recommendations For Future Applications. *Long Range Planning*.
- Janah, N. R., & Suswardji, E. (2021). Pengaruh Citra Merek dan Electronic Word of Mouth Terhadap Minat Beli Produk Kecantikan Wardah. *Journal of Economic, Business, and Accounting*, 4(2).
- Kotler, P., & Keller, K. (2016). *Manajemen Pemasaran* (12th ed., Vol. 1). Indeks.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2007). *Manajemen Pemasaran*. 1.

- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran* (B. Sabran, Ed.; 13th ed., Vol. 1). PT Penerbit Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2017). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Prentice Hall, Inc.
- Negara, A. A. N. D. E. (2018). *Pengaruh Kualitas Produk dan Brand Image Terhadap Minat Beli*. Universitas Brawijaya.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). *Dasar-Dasar Pemasaran* (Alexander Sindoro, Ed.; Vol. 1). Prenhalindo.
- Pujiyanti. (2018). *PENGARUH BRAND REPUTATION, BRAND EXPERIENCE TERHADAP BRAND LOYALTY MELALUI BRAND TRUST PADA PENGGUNA KARTU SIMPATI LOOP DI KOTA SEMARANG*. Universitas Negeri Semarang.
- Rangkuti, F. (2006). *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. PT Gramedia Pustaka Utama.
- Restianti, R., Sakti, D. B., & Suryani, E. (2022). Pengaruh Financial Behavior, Financial Literacy, Financial Technology terhadap Keputusan Berinvestasi Gen Z. *Jurnal Sosial Ekonomi Dan Humaniora*, 8(3).
- Shimp, T. (2010a). *Advertising, Promotion, & Other Aspects of Integrated Marketing Communication*. Cengage Learning.
- Shimp, T. (2010b). *Advertising, Promotion, and Other Aspects of Integrated Marketing Communication* (8th ed.). OH: South Western Cengage Learning.

Sriyanto, A., & Kuncoro, A. W. (2019). Pengaruh Brand Ambassador, Minat Beli, dan Testimoni Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ekonomika Dan Manajemen*, 8.

Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.

Sutojo, S. (2004). *Membangun Citra Perusahaan*. Damar Mulia Pustaka.

Syahputra, A. P. (2024). hubungan antara lingkungan kerja, stres kerja, dan konflik kerja terhadap kinerja karyawan pada PT. XX. *Indonesian Journal of Economics and Strategic Management*, 2(1).

Shimp, T. (2014). *Komunikasi Pemasaran Terpadu dalam Periklanan dan Promosi*. Salemba Empat.

Wangsa, G. C. U., & Ardani, I. G. ayu K. S. (2015). Peran Sikap Pada Iklan Dalam Memediasi Pengaruh Kredibilitas Al Ghazali Sebagai Endorser Terhadap Niat beli. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 4(3).