

DAFTAR PUSTAKA

- Aisyah, I., Rahmayani, R., Mahanka, R., & Hermansyah. (2018). Peningkatan Pengetahuan Manajemen. *Jurnal Abdimas*, 1(2), 290–295.
- Amalia, R., & Yusiana, R. (2018). *Analisis Kualitas Layanan Menggunakan Metode Importance Perfomance Analysis (IPA) Pada Garuda Indonesia Bandung 2018*. 4(3), 848–857.
- Amin, A. M., & Yanti, R. F. (2021). *Pengaruh Brand Ambassador, E-WOM, Gaya Hidup, Country Of Origin dan Motivasi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Korea Nature Republic*. 2(1), 1–14.
- Anggraini, E. I., Hidayat, K., & Sunarti. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Survei pada Pembeli yang juga Menggunakan Kosmetik Wardah di Counter Wardah Matahari Department Store Malang Town Square). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 73(1), 118–124.
- Awaluddin, & Hendra. (2018). Fungsi Manajemen Dalam Pengadaan Infrastruktur Pertanian Masyarakat Di Desa Watatu Kecamatan Banawa Selatan Kabupaten Donggala. *Jurnal Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Tadulako Indonesia*, 2(1), 1–12.
- Azhari, D. (2017). Penataan Pedagang Kaki Lima Pada Pasar Atas Dan Pasar Bawah Kota Bukit Tinggi Jom Fisip, 4(1), 1–12.
- B, I., & Sadriah, S. (2020). Pengaruh Efektivitas Program Bantuan Stimulan Perumahan Swadaya (BSPS) Terhadap Pengetasan Kemiskinan (*Studi Kasus Pada Masyarakat di Kecamatan Banggae Kabupaten Majene*). 2(2), 103–116.
- Dewi, N. P. S., & Ernawatiningsih, N. P. L. (2018). Analisis Determinan Kualitas Laporan Keuangan Lembaga Perkreditan Desa (LPD) di Kota Denpasar. *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, 2(1), 148–157.
- Dewi, S. P. (2020). *Pengaruh Komunikasi Electronic Word Of Mouth Dan Security Terhadap Buying Intererst Melalui Trust Sebagai Variabel Intervening Pada*

Online Shop Shopee (Studi Kasus Pada Mahasiswa UST Yogyakarta). 3(1), 20–29.

Diansari, T., & Safitri, R. (2020). *Peningkatan Alat Pemasaran Guna Meningkatkan Produktivitas Pada Rawon Rusuk Mbok Sum Di Kecamatan Summersari Kabupaten Jember. 1(1), 7–12.*

DianWahyuUtami, & Marheni Eka Saputri, ST, M. (2016). *Pengaruh Electronic Word Of Mouth (E-WOM) Terhadap Keputusan Pembelian Pada Konsumen Cafe Roti Gempol dan Kopi Anjis Bandung. 3(2), 1834–1840.*

Dina, S., & Srikandi, D. (2019). The Effect Of Individual Charateristics and Work Environments On Performance Of Employees In Public Health Office Of Indragiri Hilir. *Journal of Public Affairs, 19(2), 23–31.*

Fajrin, N., Arifin, R., & Hufron.M. (2016). *Pengaruh Price, Brand Equity, Brand Ambassador, Positioning Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Produk Green Light. 82–94.*

Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23 (Edisi 8).* Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Islamy, F. J. (2016). Pengaruh Komitmen Afektif, Komitmen Normatif Dan Komitmen Berkelanjutan Terhadap Turnover Intention Pada Dosen Tetap Stie Inaba Bandung. *Jurnal Indonesia Membangun, 15(2), 164–181.*

Ivan Sindunata, B. A. W. (2018). Pengaruh Electronic Word of Mouth terhadap Keputusan Pembelian di agoda.com. *Hospitality Dan Manajemen Jasa, 6(1), 128–138.*

Kotler, Philip., Keller, K. L. (2013). *Manajemen Pemasaran, Jilid Kedua.* Erlangga.

Kotler, Phillip And K. K. (2016). *Manajemen Pemasaran Edisi 12.* PT.Indeks.

Kotler, G. A. (N.D.). *Dasar-Dasar Pemasaran.* Erlangga.

Kotler, P. And K. L. K. (2016). *Marketing Management, 15th Edition New Jersey: Pearson Pretice Hall, Inc.* Pearson Education.

Kotler, P. Dan K. L. K. (2016). *Manajemen Pemasaran Edisi 12 Jilid 1& 2.*

PT.Indeks.

Lesmana, R., & Ayu, S. D. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah Pt Paragon Tehnology and Innovation. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 2(3), 59.

Lis, M. I. (2017). Pengaruh Saluran Distribusi, Harga Dan Promosi Terhadap Volume Penjualan Pada Home Industri Tempe Putra K1 Kecamatan Socah Tahun 2016. *Jurnal Ilmu Dan Pendidikan Ekonomi-Sosial ISSN (2597-7806)*, 1(1), 31–45.

Marlius, D. (2017). Keputusan Pembelian Berdasarkan Faktor Psikologis Dan Bauran Pemasaran PT. Intercom Mobilindo Padang Doni. *Jurnal Pundi*, 1(1), 57–66.

Mugni, N. N., & Rikumahu, B. (2019). Analisis Niat Perilaku Pengguna E-Money Berbasis Chip Menggunakan Model Modifikasi UTAUT. *Jurnal Mitra Manajemen*, 3(5), 614–627.

Mulyadi, D. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan. *JURNAL PAPATUNG*, Vol 2 No 2(2), 91–100.

Nurdiana, D. (2018). Pengaruh Ukuran Perusahaan Dan Likuiditas Terhadap Profitabilitas. *MENARA Ilmu*, 12(6), 77–88.

Nurhasanah, Mahliza, F., Nugroho, L., & Putra, Y. M. (2021). The Effect of E-WOM, Brand Trust, and Brand Ambassador on Purchase Decisions at Tokopedia Online Shopping Site. *IOP Conference Series: Materials Science and Engineering*, 1071(1), 012017.

Prayogi, M. F., & Djatmiko, B. (2019). Analisis Brand Ambassador Pada Distro Random Apparel. 6681, 864–867.

Qustolani, A. H. (2017). Pengaruh Kepuasan Kerja, Keadilan Prosedural Dan Kompensasi Terhadap Kinerja Karyawan (Studi Kasus Pada Industri Rotan Sekecamatan Leuwimunding Majalengka). *Jurnal Ilmiah Manajemen & Akuntansi*, 4(2).

- 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.
- Samosir, L. S., Putri, Y. R., & Nurfebiaraning, S. (2016). Pengaruh Penggunaan Brand Ambassador Dewi Sandra Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Sosioteknologi, Vol.15*, 233–240.
- Santosa, A. T. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Store Atmosphere, Dan E-Wom Terhadap Proses Keputusan Pembelian (Survei Terhadap Konsumen Zenbu-House of Mozaru Paris Van Java, Bandung). *Jurnal Manajemen Maranatha*, 18(2), 148–158.
- Sari, N., Saputra, M., & Husein, J. (2017). Pengaruh Electronic Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Online Bukalapak.Com. *Jurnal Manajemen Magister*, 03(01), 96–106.
- Setiawan, H. (2017). Manajemen Komunikasi Dompok Ummat dalam Pemberdayaan Ekonomi Umat Islam. *Ilmu Dakwah: Academic Journal for Homiletic Studies*, 11(1), 53–72.
- Setyani, T., & Abdul, F. W. (2021). Pengaruh Store Layout Dan Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pelanggan Indomaret Satria Jaya Tambun Utara. *1*, 95–103.
- Sriyanto, A., & Kuncoro, A. W. (2019). Pengaruh Brand Ambassador, Minat Beli dan Testimoni terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ekonomika Dan Manajemen*, 8(1), 21–34.
- Sudandi, A. (2019). Implementasi Manajemen Strategi Salafi Dalam Berdakwah Di Sengkang. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952.
- Sugiyanto, S., & Fitria, J. R. (2019). The Effect Karakter Eksekutif, Intensitas Modal, Dan Good Corporate Governance Terhadap Penghindaran Pajak, 447–461.
- Susanto, B., & Nursamsu, N. (2020). Pengaruh Bauran Pemasaran Dan Citra Destinasi Terhadap Minat Berkunjung Kembali Di Desa Wisata Selo Park

Nganjuk. *Jurnal Riset Entrepreneurship*, 3(1), 20.

Syeichu, M. M., & Endryansyah, Puput Wanarti R., I. G. P. A. (2021). *Desain Sistem Pengaturan Kecepatan Motor DC pada Prototipe Elevator Menggunakan Hybrid Fuzzy-Pid Controller*. 405–412.

Tambunan, F., Priansa, D. J., & Rennyta, Y. (2019). Pengaruh Brand Ambassador Sean Gelael Terhadap Keputusan Pembelian Kentucky Fried Chicken (KFC) (*Studi Pada Konsumen Transmart Buah*. 5(2), 615–619.

Vebriyan, I. W., Sadiatmi, R., & Kuntjoro, M. B. (2019). Pengaruh Familiarization Flight Terhadap Pemahaman Cockpit Procedure Personal ATC Di Perum LPPNI Cabang Madya Balikpapan. *Jurnal Ilmiah Aviasi Langit Biru*, 12(1), 137–142.

Wardani, E. S., & Santosa, A. (2020). Pengaruh Hallyu, Ambassador Merek, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Atas Produk Republik Natur Di Yogyakarta. *Jurnal Apresiasi Ekonomi*, 8(2), 203–211.

Widiastuti, N. P., Farhaeni, M., & Sari, Y. E. (2021). *Pengaruh brand dan harga terhadap tingkat hunian kamar di dash hotel seminyak*. 02(2), 91–97.

Wirakanda, G. G., & S.Pardosi, A. (2020). Pengaruh Sales Promotion Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Di Blibli.com) Program Studi D3 Manajemen Pemasaran Politeknik Pos Indonesia. *Bisnis Dan Pemasaran*, 10, 1–11.

Yusni, N. W. S., Mendra, I. W., & Atmaja, N. P. C. D. (2016). Pengaruh Personalseling, Pengembangan Produk Dan Kewajiban Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Di PT. Orindo Alam Ayu. 76–85.