

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D. (1991). *Managing Brand Equity: Capitalizing on the value of a brand name*. New York: Free Press.
- Ahmad, T. (2009). *Pengantar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Teras.
- Ahmad, T. (2011). *Metodologi Penelitian Praktis*. Yogyakarta: Teras.
- Doucett, E. (2008). *Creating your Library Brand*. USA: The American Library Association.
- Edyanto, D, S., & Siagian. (2019). The Effect of Brand Ambassador, Brand Image, and Brand Awareness on Purchase Decision of Pantene Shampoo in Surabaya, Indonesia. *ICSH*, 1-10.
- Keller. (2007). *Manajemen Pemasaran, Edisi 12, Jilid 1*. Jakarta: PT. Indeks.
- Kementrian Perindustrian Republik Indonesia. (2018, Juli 19). *Kinerja Industri Kosmetik Nasional Lampau Pertumbuhan Ekonomi*. Retrieved Juni 10, 2021, from Kementrian Perindustrian Republik Indonesia: <https://kemenperin.go.id/artikel/19435/Kinerja-Industri-Kosmetik-Nasional-Lampau-Pertumbuhan-Ekonomi>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran. Alih bahasa oleh Bob Sabran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2014). *Principle Of Marketing*. England: Pearson Education Limited.

- Kotler, P., & Lane, K. (2009). *Marketing Management*. Pearson Education.
- Misri, S. Y. (2018). PENGARUH BRAND AMBASSADOR DAN BRAND IMAGE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN HANDPHONE OPPO. *Jurnal Universitas Islam Sumatera Utara*, 58-66.
- Ningrum, N. S. (2016). Pengaruh Brand Ambassador Terhadap Minat Beli Konsumen MD Clinic By Lazeta. *Bisnis dan Iptek*, 141-152.
- Nofiauwaty, Fitrianto, M. E., & Iisnawati. (2020). Brand Ambassador and The Effect to Consumer Decision on Online Marketplace in Indonesia. *SRIWIJAYA INTERNATIONAL JOURNAL OF DYNAMIC*, 21-30.
- Phillip, e. a. (2000). *Pemasaran di Indonesia Perencanaan Analisis dan Implementasi, Jilid 1*. Jakarta: Penerbit Salemba Empat.
- Royan, F. M. (2004). *Marketing Celebrities, Selebriti Dalam Iklan dan Strategi Selebriti Memasarkan Diri Sendiri*. Jakarta: Media Komputindo.
- Samosir, L. S., Putri, Y. R., & Nurfebriaraning, S. (2016). Pengaruh Penggunaan Brand Ambassador Dewi Sandra Terhadap Putusan Pembelian Kosmetik Wardah di Kota Bandung. *Jurnal Sosioteknologi*, 233-240.
- Schiffman, & Kanuk. (2008). *Consumer Behaviour*. Jakarta: PT Indeks.
- Simanjuntak, & Apriatni. (2019). PENGARUH CELEBRITY BRAND AMBASSADOR DAN BRAND IMAGE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK WARDAH. *Jurnal Administrasi Bisnis, Vol. IX, No. III*, 267-283.

Soniya, K., & Raja, S. (2018). A Study On The Role Of Brand Ambassadors In Consumer Buying Behaviour Of Soft Drink. *International Journal of Engineering Developement and Research*, 262-267.

Sterie, Massie, & Soepono. (2019). PENGARUH BRAND AMBASSADOR DAN BRAND IMAGE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK PT. TELESINDO SHOP SEBAGAI DISTRIBUTOR UTAMA TELKOMSEL DI MANADO. *Jurnal EMBA*, Vol.7, No.4, 3139-3148.

Sugiyono. (2007). *Metode Penelitian Bisnis, Cetakan Keenam*. Jakarta: Alfa Beta.

Yuswohady. (2013). *Beat The Giant (Strategi Merek Indonesia Menandingi Merek Global dan Menjadi Tuan Rumah di Negeri Sendiri*. Jakarta: Gramedia.