

Daftar Pustaka

- Aaker, David. 2013. *Manajemen Pemasaran Strategis Edisi Kedelapan*. Salemba Empat, Jakarta.
- Assauri, Sofjan. 2015. *Manajemen Pemasaran*. Rajawali Pers, Jakarta.
- Chukwu, Godswill Chinedu., dan Enize Eso Pius. 2021. Brand Ambassador and Consumer Purchase Decision in Rivers State, *Middle European Scientific Bulletin*, Vol.12 : 262-279.
- Ekasari, Ratna., Wulan Purnamasari., dan Mukti Ali. 2018. Pengaruh Iklan, Kualitas Pelayanan, Fasilitas Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen, *Jurnal Ecopreneur*, Vol. 1, No. 2:1-3.
- Ferdinand, Augusty. 2014. *Metode Penelitian Manajemen*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- Firmansyah, Anang. 2019. *Pemasaran Produk dan Merek (Planning & Strategy)*. Penerbit Qiara Media, Surabaya.
- Firmansyah, Anang. 2020. *Komunikasi Pemasaran*. Penerbit Qiara Media, Surabaya.
- Ghozali, Imam. 2016. *Desain Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Penerbit Yoga Pratama, Semarang.
- Ghozali, Imam. 2017. *Model Persamaan Struktural , Konsep Dan Aplikasi dengan Program Amos 24 Edisi 7*. Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- Hardani et al. 2020. *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*. Pustaka Ilmu Grup, Yogyakarta.
- Herdaningtyas, Gusti., dan Francy Iriani. 2017. Pengaruh Iklan dan Penggunaan Selebritas dalam Iklan Terhadap Minat Beli Produk Melalui Kesadaran Merek Sebagai Variabel Intervening, *Prosiding Seminar Nasional Ekonomi dan Bisnis*, Vol. 1, No. 1:1-9.
- Ikhsani, Khilyatin., dan Hapzi Ali. 2017. Keputusan Pembelian : Analisis Kualitas Produk, Harga dan Brand Awareness (Studi Kasus Produk Teh Botol Sosro di Giant Mall Permata Tangerang), *Jurnal SWOT*, Vol. VII, No. 3:523-541.
- Ilmi, Sofia., Supawi Pawenang., dan Fithri Setya Marwati. 2020. Pengaruh Choi Siwon Sebagai Brand Ambassador, Brand Image (Citra Merek) dan Cita Rasa Terhadap Keputusan Pembelian Mie Korean Spicy Chicken, *Edunomika*, Vol. 04, No. 1:103-113.
- Indrasari, Meithiana. 2019. *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Unitomo Press, Surabaya.

- Indumathi., dan Bala Nageshwara Rao. 2018. The Determinants of Consumer Purchase Decision: Brand Image? Brand Awareness?, *International Journal of Trend in Scientific Research and Development*, Vol.2 : 335-338.
- Jayanti, Ratna Dwi., dan Mochammad Zalaluddin Zuhri. 2017. Analisis Pengaruh Iklan dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Teh Pucuk Harum Pada Konsumen De Nala Foodcourt, *EKSIS*, Vol. 12, No. 1:33-46.
- Kertajaya, Hermawan. 2013. *The official MIM Academy Coursebook:Brand Operation*. Erlangga, Bandung.
- Kertamukti, Rama. 2015. *Strategi Kreatif Dalam Periklanan: Konsep, Media, Branding, Anggaran*. Rajawali Pers, Jakarta.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2016. *Marketing Management 15 Global Edition*. Pearson Education, England.
- Kotler, Philip. 2014. *Manajemen Pemasaran di Indonesia*. Salemba Empat, Jakarta.
- Kurnianingsih, Wiwi., dan Sugiyanto. 2019. Pengaruh Kualitas Produk dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Pada PT. Nestle Indonesia, *Prosiding Seminar Nasional HUMANIS* : 510-524.
- Kusuma, Aditya Halim Perdana et al. 2020. *Brand Management:Esensi, Posisi dan Strategi*. Penerbit Yayasan Kita Menulis, Medan.
- Larasati, Rayi Dwitiya. 2021. *15 Rekomendasi Merek Kopi Sachet Terbaik dan Terbaru 2021*. <https://review.bukalapak.com/others/merek-kopi-sachet-terbaik-dan-terbaru-111587> (diakses tanggal 25 September 2021)
- Lea Greenwood, Gaynor. 2012. *Fashion Marketing Communications*. Wiley, USA.
- Maganti, Sridevi. 2020. Brand Awareness: A Case Study on TV Advertisements, *Mukt Shabd Journal*, Vol.9 : 2928-2932.
- Mardiani, Alifia Sarah., dan Aditya Wardhana. 2018. Pengaruh Brand Ambassador Terhadap Minat Beli Konsumen Bandung Kunafe Cake, *e-Proceeding of Management*, Vol. 5, No. 2:2577-2583.
- Mardikaningsih, Rahayu., dan Arif Rachman Putra. 2021. Pengambilan Keputusan Pembelian Produk Berdasarkan Ekuitas Merek, *BISMAN*, Vol. 4, No. 2:85-98.
- Mayasari, Iin et al. 2020. *Branding Konsep dan Studi Merek Lokal*. Penerbit Universitas Paramadina, Jakarta.

- Megawati, Sarah. 2019 Pengaruh Persepsi Brand Ambassador dan Tagline Terhadap Brand Awareness Konsumen Pada Produk Wardah. *Diss. Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.*
- Muthiah, Farah., dan Budi Setiawan. 2019. Pengaruh Brand Awareness, Brand Characteristic dan Emotional Branding Terhadap Keputusan Pembelian, *JIMKES*, Vol. 7, No. 2:259-267.
- Osak, Derby Juliana., dan Yusepaldo Pasharibu. 2020. Pengaruh Brand Ambassador dan Tagline Terhadap Keputusan Pembelian Online dengan Mediasi Brand Awareness, *E-Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana*, 9.4:357-380.
- Paini., dan Asmara Indahingwati. 2020. Pengaruh Iklan, Brand Activation, dan Promosi Penjualan Terhadap Brand Awareness Susu Zee, *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, Vol. 9, No. 8:1-17.
- Peter, J. Paul dan Jerry C. Olson. 2013. *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Salemba Empat, Jakarta.
- Putri, Arliza Nurliana., Tati Handayani., dan Miguna Astuti. 2019. Pengaruh Iklan, Selebriti Pendukung dan Pemasaran Dari Mulut ke Mulut Terhadap Kesadaran Merek pada Produk Mie Sedaap, *Jurnal manajemen* , VOL. 11 (1) :24-34.
- Retnoningrum. 2020. Peran Brand Awareness Sebagai Variabel Intervening Dalam Pengaruh Iklan dan Endorser Terhadap Keputusan, *Surakarta Management Journal*, Vol. 2, No. 1:32-40.
- Ritonga, Husni Muharram. et al. 2018. *Manajemen Pemasaran*. Bagian penerbitan Universitas Pembangunan Panca Budi, Medan.
- Sadrabadi, Alireza Naser., Mahyar Kamali Saraji., dan Mohammad Monshi Zadeh. 2018. Evaluating the Role of Brand Ambassadors in Social Media, *Journal of Marketing Management and Consumer Behavior*, Vol.2 : 54–70.
- Setiawan, Livya. 2018. Pengaruh Celebrity Endorsement Terhadap Purchase Intention dengan Brand Awareness Sebagai Variabel Mediasi Pada Produk Green Tea Esprecielo Allure, *Jurnal Manajemen Pemasaran*, Vol. 12, No. 1:53-60.
- Shabbir, Malik Shahzad. 2016. The Impact of Advertisement on Buying Behavior of the Children, *Arabian Journal of Business and Management Review*, Vol.6 : 1-10.
- Shimp, Terence A. 2014. *Komunikasi Pemasaran Terpadu dalam Periklanan dan Promosi*, Penerbit Salemba Empat, Jakarta.

- Siskhawati, Lutfia., dan Hutomo Atman Maulana. 2021. The influence of Brand Ambassador and Korean Wave on Purchase Decision for Neo Coffee Products, *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, Vol. 24, No. 01:1-7.
- Siyoto, Sandu., dan M. Ali Sodik. 2015. *Dasar Metodologi Penelitian*. Literasi Meda Publishing, Yogyakarta.
- Soewito, Yudhi. 2013. Kualitas Produk, Merek dan Desain Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian, *Jurnal EMBA*, Vol. 1, No. 3:218-229.
- Sofiani. 2020. Pengaruh Sosial Media Terhadap Brand Awareness, *Kepariwisata : Jurnal Ilmiah*, Vol. 14, No. 2:53-61.
- Somad, Rismi., dan Donni Juni Priansa. 2014. *Manajemen Komunikasi*. Alfabeta, Bandung.
- Sugiyono. 2019. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta, Bandung.
- Sumarwan, Ujang. 2017. *Perilaku Konsumen*. Ghalia Indonesia, Bogor.
- Tjiptono, Fandy. 2011. *Manajemen dan Strategi Merek*. Penerbit Andi, Yogyakarta.
- Wafiy, Hudzaifah Aiman., dan Sylvie Nurfebiaraning. 2020. Pengaruh Brand Ambassador Lucas Wayv Terhadap Brand Image Neo Coffee, *e-Proceeding of Management*, Vol. 7, No. 2:7295-7301.
- Wasil, Mohammad. 2017. Pengaruh Brand Awareness, Brand Association dan Percieved Quality, *Jurnal Forum Ekonomi*, Vol. 19 : 137-147.
- Pedoman penyusunan skripsi prodi manajemen feb umk*. Penerbit fakultas ekonomi dan bisnis UMK, Kudus.