

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker. (2017, Februari). Pengaruh Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Sepeda Motor Honda Di CV. Buana Jaya Cemerlang Banjar . *Jurnal Management*, 1, 145-154.
- Aaker. (2018). Impact of brand image on customer loyalty with the mediating role of customer satisfaction and brand awareness. *International Journal of Marketing Research Innovation*, 5, 1-15.
- Afifah Devani Amanah, A. P. (2019). Pengaruh Brand Ambassador, DigitalMarketing Dan Merchandise Terhadap Keputusan Pembelian Lemonilo Pada Nctzen Indonesia. *Journal Management*, 1-5.
- Agnes Dwita Susilawati, A. H. (2021, Februari). Pengaruh Brand Image, Brand Ambassador, Word Of Mouth Dan Testimony In Social Media Terhadap Keputusan Pembelian(Survey Pada Toko Hijab Sulthanah Di Kota Tegal). *DialektikaJurnal Ekonomi dan Ilmu Sosial* 6, 35-43.
- Agus Sriyanto, A. W. (2019, April). Pengaruh Brand Ambassador, Minat Beli, Dan Testimoni Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Situs Jual Beli Online Shop Shopee Indonesia di Universitas Budi Luhur Periode Februari – April 2018). *Jurnal Ekonomika dan Manajemen*, 8, 21-34.
- Alalwan. (2018, Maret). Pengaruh Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Followers Online Shop Instagram @Kpopconnection. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 10, 39-50.
- Ali. (2017, September). Pengaruh Word Of Mouth(Wom) Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Merek Oppo(Studi Kasus Pada Mahasiswa IAIS Syarifuddin Lumajang). *Jurnal Riset Manajemen*, 1, 133-142.
- Alma. (2017). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Gramedia Pustaka Utama.
- Armstrong. (2018). Pengaruh Digital Marketing, Strategi Promosi melalui E-Commerce dalam prsepektif syariah . *Jurnal Ilmu Sosial dan Pendidikan (JISIP)*, 7, 767-773.
- Ardani. (2020). Pengaruh Digital Marketing, Word Of Mouth, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian. *E-Jurnal Manajemen*, 9, 2596-2620.
- Aryani. (2021). *Digital Marketing Strategy:Online Marketing Approach*. Bandung: CV.Media Sains Indonesia.

- Aryani. (2022, Juni). Pengaruh Brand Image, Brand Trust Dan Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Emina (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Sam Ratulangi). *Jurnal EMBA*, 10, 953-964.
- Dede Solihin, A. S. (2022, May). The Influence of Brand Image and Atmosphere Store on Purchase Decision for Samsung Brand Smartphone with Buying Intervention as Intervening Variables. *International Journal of Social Science and Business*, 5, 262-270.
- Dedy. (2018). Analisa Potensi Pengembangan Pemasaran Digital Marketing pada Kain Tenun Lurik Produksi ATBM Klaten Menggunakan Factor Analysis. *Jurnal Pariwisata Dan Budaya*, 11, 144-154.
- Dewi. (2020). Pengaruh Brand Image, Product Quality, Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian Perlengkapan Komputer Merek Rexus. Jakarta: Institut Bisnis Dan Informatika Kwik Kian Gie. 50-62.
- Djatikusuma. (2014, November). Promosi Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Burger King Indonesia Cabang Sun Plaza Kota Medan. *Jurnal Bisnis Mahasiswa*, 13-23.
- Durianto. (2016). Analisis Brand Awareness Dan Pengaruhnya Terhadap Buying Decision Mobil Toyota Calya Di Makassar. *Journal of Business Administration (JBA)*, 1, 37-48.
- Endah. (2021, Oktober). The Influence Of Consumer Behaviour And Digital Marketing On Purchase Decision At Grabfood In Manado. *Jurnal EMBA*, 9, 53-64.
- Elbahar.(2021) "Pengaruh Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Di Kadatuan Koffie." *eProceedings of Management* 8.2.
- Farizan, "Impac of brand image on customer loyalty with the mediating role of customer satisfaction and brand awareness. *Jurnal Aplikasi Manajemen* 17.1 (2019): 127-132.
- Febriyantoro. (2020). Pengaruh Trend Dan Digital Marketing Youtube Terhadap Brand Awareness Indonesia Tech Trend Pada Mahasiswa Universitas Ciputra Surabaya Angkatan 2017. *Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*, 8, 33-43.
- Firmansyah. (2019). *Pemasaran Produk Dan Merek(Planning & Strategy)*. Surabaya: CV. Penerbit Qiara Media.

- Firmansyah. (2019, April). Pengaruh Brand Ambassador Dan Brand Image Terhadap Minat Beli Pengguna Aplikasi Tokopedia. *e-Proceeding of Management*, 8, 2074-2082.
- Fransilia Marsilina Mewoh, J. R. (2019). Pengaruh Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Pada Matahari Department Store Manado Town Square. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 9, 35-42.
- Gabriella (2022) "Pengaruh Digital Marketing, Dan E-Wom Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Brand Awareness Sebagai Mediasi Pada Kedai Kopi Janji Jiwa Di Surabaya." *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen* 11.1 (2022): 1-10.
- Ghadani (2022). "Pengaruh brand ambassador dan brand image terhadap keputusan pembelian di shopee dengan mediasi brand awareness." *Insight Management Journal* 2.3 110-118.
- Ghozali, I. (2013). Model Persamaan Struktural Konsep dan Aplikasi Program AMOS 24. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Gita. (2018). Pengaruh Boyband Korea sebagai Duta Merek, Kepribadian Merek, dan Gelombang Budaya Korea terhadap Minat Beli Produk Sheet Mask: Studi Kasus pada Merek Mediheal. *Journal of Management and Business Review*, 266-280.
- Greenwood. (2012). *Pemasaran Produk dan Merek*. Jakarta: Erlangga.
- Greenwood. (2012, Juli). Pengaruh Brand Ambassador Terhadap Brand Image Serta Dampaknya Terhadap Keputusan Pembelian (Survey pada pengguna LINE di Asia) . *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 12, 1-10. Retrieved from administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id
- Gunawan, (2021) "Impact of Cristiano Ronaldo's Attractiveness as Brand Ambassador Towards Brand Awareness Shopee." *Ekspektra J. Bisnis dan Manaj* 5.2.
- Hair, h. e. (2018). Pengaruh Inovasi Dan Kreativitas Terhadap kepuasan Konsumen Pada Umkm Di Kota Medan. *Jurnal Manajemen Tools*, 7, 1-9.
- Hariandja. (2016, November). Pengaruh Harga, Brand Ambassador, Brand Image, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Hijab Bergo . *Jurnal Ekonomi dan Bisnis GROWTH*, 20, 361-375.
- Hariandja. (2016). Pengaruh Persepsi Kualitas Produk, Daya Tarik Promosi, Dan Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Brand Image Sebagai Variabel Intervening (Studi Pembelian Produk Hijab Rabbani Pada

- Mahasiswi FEB Universitas Diponegoro Semarang). *Diponegoro Journal Of Management*, 6, 1-12.
- Ifander. (2020). Analysis Of The Influence Of Marketing Mix And Brand Awareness On Purchasing Decisions Of Clothing Dotexe Merch Products. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 4, 641-647.
- Ghozali, 2019, *Aplikasi Analisis Multivariate* dengan program SEM, Undip, Semarang
- Indawati. (2021). Impact of Brand Awareness and Social Media Content Marketing on Consumer Purchase Decision. *Journal of Public Value and Administration Insights (JPVAI)*, 5-10.
- Indawati Lestari, M. M.-B. (2017). The Effect Of Brand Ambassador and Prices on The Purchase Decision Of Android Hand Phone Through Interest In Buying Consumers. *International Journal of Science, Technology & Management*, 1321-1326.
- Juwita Sari. (2021) "Pengaruh Brand Image Terhadap Brand Awareness pada Pembelian Online." *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana* 4.1: 897.
- Keller. (2019, Oktober). Pengaruh Citra Merek (Brand Image) Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Survei pada Mahasiswa Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang Tahun Angkatan 2013/2014 dan 2014/2015 Pengguna Kartu Pra-Ba. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 51, 44-48.
- Kotler, P. (2011). *Manajemen Pemasaran*. (Bob Sabran, Ed.) Jakarta: Erlangga.
- Keller, K. d. (2018). Determinasi Nilai Pelanggan Dan Keputusan Pembelian: Analisis Kualitas Produk, Desain Produk Dan Endorse. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 2, 85-86.
- Keller, K. d. (2017). *Strategi Pemasaran* (2 ed.). Yogyakarta: Media Pustaka Indonesia.
- Kertamukti. (2017). Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Brand Awareness Pada E-Commerce Hijab. *Konferensi Riset Nasional Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi*, 2, 249-269.
- Kertamukti. (2018). Pengaruh Brand Ambassador Terhadap Pembentukan Citra. *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Bisnis*, 20, 1-9.

- Krisnawati. (2016, Desember) Analisa Pengaruh Green Marketing Dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Produk Merek Aqua. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 11, 69-80.
- Kustiadi Basuki, J. J. (2022, May). The Effect of Digital Marketing and Personal Branding on. *Budapest International Research and Critics Institute-Journal (BIRCI-Journal)*, 5, 15024-15037.
- Kusumaningrum (2023) *Pengaruh Brand Ambassador, Positive Word Of Mouth, Dan Social Media Marketing Terhadap Brand Awareness Produk pada Sr12 Produk perawatan kulit Kecantikan Implora*. Diss. Uin Surakarta,
- Lucyantoro.(2018).*PengantarBisnis*.(Suhardi&Afrizal,Ed.)DKIJakarta:PublicaIndonesiaUtama.
- Malik. (2017). Pengaruh Digital Marketing terhadap Keputusan Pembelian Online. *Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah*, 5, 25-36.
- Mahisa. (2019) "Analisis Pengaruh Tagline Dan Brand Ambassador Terhadap Brand Awareness Pada Produk Hijab Umama Scraf (Studi Pada Pekerja Kantoran Di Kota Mataram)." *Jurnal Riset Manajemen* 19.2 86-97.
- Muljono. (2019). Pengaruh Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Di Kadatuan Koffie. *e-Proceeding of Management*, 8, 1244-1251.
- 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*, Vol. 9 No. 4. Hal. 357-380.
- Ronald Tumanggor, R. H. (2019, April). Pengaruh Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pelanggan Indihome Di Kota Bandung 2018). *e-Proceeding of Applied Science*, 5, 56-64.
- RositaManawariGirsang,S.E.,M.M.(2022).*DigitalMarketingStrategy:OnlineMarketingApproavh*. Bandung: CV.MediaSainsIndonesia.
- Yacub, W. M. (2020, Juni). Analisis Pengaruh Pemasaran Digital (DigitalMarkeing) Terhadap Brand Awareness Pada Ecommerce. *Manajerial*, 12, 199-208.
- S. Krishnaprabha, R. T. (2020, July). An Analysis on building Brand Awareness through Digital Marketing Initiatives. *International Journal of Research in Engineering, Science and Management* , 3, 266-270.
- Sadrabadi et al. (2018). *Pemasaran Jasa*. Jakarta: Erlangga.

- (Sadrabadi, N. e. (2018). Pengaruh Penggunaan BangTan Boys Menjadi BrandAmbassador Terhadap Keputusan Pembelian Kepada E- Commerce Tokpedia Dengan Memediasi Brand Image Dan Brand Awareness. *Journal of Applied*, 20, 14-26.
- Saidi (2023). "Pengaruh Digital Marketing, Peran Citra Merek, terhadap Kesadaran Merek Sebagai Mediasi Pada Kopi Tuni Maluku." *Amal: Jurnal Ekonomi Syariah* 5.01.
- Samosir, Juliana dan Pasharibu, (2016). Pengaruh Brand Ambassador dan Tagline terhadap Keputusan Pembelian Online dengan mediasi Brand Awareness. *E-Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana*, 9, 357-380.
- Sanjaya. (2018). Lie Ronny, and Imam Hidayat. "Pengaruh Kesadaran Merek Dan Loyalitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian Pada Sepeda Motor Yamaha Nmax." *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)* 7.11.
- Saputra (2020) *GPengaruh digital marketing, word of mouth, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian*. Diss. Udayana University,
- Saputro. (2018). Pengaruh Digital Marketing Dan Brand Ambassador Dalam Membentuk Brand Identity Sebagai Variabel Intervensi Terhadap PurchaseIntention Pada Produk Markobar. *Jurnal Strategi Pemasaran*, 1-8.
- Shimp. (2010). Analisis Pengaruh Kesadaran Merek (Brand Awareness) terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Erigo . *Jurnal Riset Bisnis dan Manajemen* , 3, 1-18.
- Shimp, T. A. (2020). *Periklanan Promosi*. Jakarta: Erlangga.
- Sinoka Ansari, G. A. (2019). Impact of Brand Awareness and Social Media Content Marketing onConsumer Purchase Decision. *Journal of Public Value and Administration Insights(JPVAI)*, 5-10.
- Sucipto. (2018). *Integrated Marketing Communication*. Bandung: Ghalia Indonesia.
- Sugiyono.(2017).*Metodologi Penelitian Kajian Teoritis Dan Praktis Bagi Mahasiswa*.Riau: Dotplus.
- Sugiyono. (2019). *Metodologi Penelitian*. Bandung: Media Sains Indonesia.
- Sugiyono. (2019, Februari). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 4, 37-44.

- Sugiyono. (2022). *Metodologi Penelitian*. (S. AcaiSudirman, Ed.) Bandung, JawaBarat: MediaSainsIndonesia.
- Sukaatmaja. (2017). Brand Image Memediasi Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Smartphone Oppo Di Kota Deenpasar. *E-Jurnal Manajemen*, 8, 7102-7131.
- Sulistyowati. (2021). Pengaruh Strategi Green Marketing Dan Social Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Kaos Lokal . *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 9, 1376-1383.
- Supriyadi. (2022) "The Effect of Brand Ambassador and Tagline on Brand Awareness on Sr12 Skin Care Products." *International Journal of Education, Information Technology, and Others* 5.2: 55-66.
- Sutrisno. (2017). *Strategic Marketing Communication*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Tarigan. (2017). Pengaruh Digital Marketing Terhadap Tingkat Penjualan Melalui Sosial Media (Studi Kasus Di Kecamatan Bone-Bone). *Jurnal Management*, 1-9.
- Tjiptono, Fandy., (2015), Strategi Pemasaran. Jakarta. Edisi 4: Andi
- Tjiptono, Fandy., (2016), Pemasaran Jasa. Jogjakarta: Penerbit Andi
- Tjiptono. (2018). *Pemasaran Jasa* (Pertama ed.). Malang: Bayumedia.
- Tjiptono. (2018). Pengaruh Citra Merek Dan Harga Terhadap Minat Beli Produk Jilbab Segi Empat Elzatta (Survei Pada Konsumen Grai Elzatta Lahat). *Jurnal Ilmiah Ekonomika*, 15, 55-56.
- Tumanggor, R. (2019). Pengaruh Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pelanggan Indihome Di Kota Bandung 2018). *e-Proceeding of Applied Science*, 5, 56-64.
- Ulan (2022) "Pengaruh Electronic Word of Mouth dan Brand Image, Purchase Intention terhadap Brand Awareness: Studi Pada Produsen Dessert Box." *Jurnal Bisnis, Manajemen, dan Keuangan-JBMK* 3.2 354-373.
- Yanuar, H. (2019). Pengaruh Digital Marketing Terhadap Pembentukan Brand Awareness Konsumen (Studi Kuantitatif Pada Akun Instagram @Kalirafi_Shabbylovers). *Jurnal Ekonmi dan Bisnis*, 13-27.

Yasmin. (2018). Efektivitas Penerapan Strategi Digital Marketing Terhadap UMKM Di Tasikmalaya Pada Masa PPKM . *e-Proceeding of Management* , 10, 688-695.

Yuliati. (2016). Peran Pemasaran Media Sosial Dalam Menciptakan Keputusan Pembelian Melalui Kesadaran Merek (Studi Pada Instagram Clothing Line Bangjo). *Tirtayasa EKONOMIKA*, 14, 267-281.

Yusuf,M.(2014)*Metode Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif, dan Penelitian Gabungan Edisi Pertama*. Jakarta: Kencana.

_____.*Pedoman Penyusunan Skripsi*. (2022). Universitas Muria Kudus: Fakultas Ekonomi dan Bisnis.

