

DAFTAR PUSTAKA

- Adhari, L. Z. (2021). *Kepuasan Pelanggan & Pencapaian Brand Trust*. Pasuruan: CV. Penerbit Qiara Media.
- Ali, D. S. (2017). *Marketing Public Relations- Diantara Penjualan dan Pencitraan*. Yogyakarta: Deepublish.
- 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. *Jurnal Inovasi Bisnis dan Akuntansi*, 2(1), 1-14.
- Andrian, Putra, C. I., Jumawan, & Nursal, M. F. (2022). *Perilaku Konsumen*. Malang: Rena Cipta Mandiri.
- Arfah, Y. (2022). *Keputusan Pembelian Produk*. Padangsidempuan: PT Inovasi Pratama Internasional.
- Arianto. (2021). *Komunikasi Pemasaran: Konsep dan Aplikasi di Era Digital*. Airlangga University Press.
- Arianty, N., Andriany, D., & Jasin, H. (2015). *Manajemen Pemasaran*. Medan: Perdana Publishing.
- Arifin, A., & Setyaningrum, D. (2022). Analisis Pengaruh Labelisasi Halal, Harga, Promosi, Cita Rasa, dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Sosis Kanzler Oleh Generasi Milenial (Studi Pada Konsumen Swalayan Indomaret Sragen). *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 10(1), 420-427.
- Asnidar. (2019). *Buku Ajar Statistik Deskriptif: Ekonomi dan Bisnis*. CV. Pilar Nusantara.
- Bancin, J. B. (2021). *Citra Merek dan Word of Mouth (Perannya Dalam Keputusan Pembelian Mobil Nissan Grand Livina)*. Surabaya: Jakad Media Publishing.
- Chalil, R. D. (2021). *Brand, Islamic Branding & ReBranding*. Depok: PT. RajaGrafindo Persada.
- Cholil, A. M. (2018). *101 Branding Ideas*. Anak Hebat Indonesia.
- Djaali. (2021). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Bumi Aksara.
- Elfrianto, & Lesmana, G. (2022). *Metodologi Penelitian Pendidikan*. Medan: umsu press.
- Estiana, R., Karomah, N. G., & Setiady, T. (2022). *Efektivitas Media Sosial Sebagai Media Promosi Pada UMKM*. Deepublish.
- Fandy, & Tjiptono. (2017). *Pemasaran Strategi*. Yogyakarta: CV ANDI OFFSET.
- Fasha, A. F., Robi, M. R., & Windasari, S. (2022). Determinasi Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli: Brand Ambassador dan Brand Image (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(1), 30-31.
- Febriani, M. N., Pauzy, D. M., & Sutrisna, A. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian (Survey Pada Konsumen Kopi Pasir Aladdin Kota Tasikmalaya). *Jurnal Exchall (Economic Challenge)*, 4(2), 1-7.
- Firmansyah, A. (2019). *Pemasaran Produk dan Merek: Planning & Strategy*. Pasuruan: CV. Penerbit Qiara Media.
- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariete dengan Program IBM SPSS 23*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gunawan, D., Pratiwi, A. D., Arfah, Y., & Nursaimatussaddiyah, B. H. (2022). *Keputusan Pembelian Skincare Safi Berbasis Media Marketing*. Padangsidempuan: PT Inovasi Pratama Internasional.

- Hajar, A. I., Herlambang, T., & Rahayu, J. (2022). Duta Merek dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian. *Journal of Business, Management and Accounting*, 3(2), 359-373.
- Huda, N. (2020). Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Motor Scuter Matic Yamaha di Makassar. *Jurnal Lembaga Keuangan, Ekonomi dan Bisnis Islam*, 2(1), 38.
- Izza, N., Maduwinarti, A., & Mulyati, A. (2021). Pengaruh Tagline dan Brand Ambassador Terhadap Implusif Konsumen Neo Coffee. *Jurnal Dinamika Administrasi Bisnis*, 7(2).
- Kertamukti, R. (2015). *Strategi Kreatif dalam Periklanan: Konsep Pesan, Media, Branding, Anggaran*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Kotler, & Keller. (2012). *Marketing Management, 14th*. Person Education.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Manajemen Pemasaran ED 13 J. 1*. Jakarta: Erlangga.
- Kusuma, A. H., Sudirman, A., Purnomo, A., Aisyah, S., Sahir, S. H., Rumondang, A., . . . Simarmata, J. (2020). *Brand Management: Esensi, Posisi dan Strategi*. Medan: Yayasan Kita Menulis.
- Lea-Greenwood, G. (2012). *Fashion Marketing Communications*. USA: Wiley.
- Linardo, M. (2018). *Manajemen Pemasaran*. Cikudanews.
- Liya, I., Budiono, H., Karmila, & Sanjaya, V. F. (2021). Pengaruh Hallyu Wave, Brand Ambassador, Brand Image dan WOM Terhadap Keputusan Pembelian Pada Mie Sedap Selection Korean Spicy Chicken. *Jurnal Manajemen Bisnis Islam*, 2(1), 11-23.
- Maizar, Mustika, I., & Nabella, S. D. (2022). *Pengantar Statistik 1*. Bandung: Media Sains Indonesia.
- Manalu, O. (2019). Analisa Peramalan Penjualan dan Promosi Penjualan Terhadap Peningkatan Volume Penjualan Pada PT. Cakra Anugerah Arta Alumindo Medan. *Jurnal "JUMANSI STINDO"*, 1(1), 6.
- Mardia, M., Hutabarat, M. L., Simanjuntak, M., Sipayung, R., Saragih, L., Simarmata, H. M., . . . Weya, I. (2021). *Strategi Pemasaran*. Yayasan Kita Menulis.
- Marlius, D. (2017). Keputusan Pembelian Berdasarkan Faktor Psikologis dan Bauran Pemasaran Pada PT. Intercom Mobilindo Padang. *Jurnal Pundi*, 01(01), 57.
- Mujib, A. (2022). *Manajemen Pemasaran Syariah*. UMSurabaya Publishing.
- Musfar, T. F. (2020). *Buku Ajar Manajemen Pemasaran: Bauran Pemasaran sebagai Materi Pokok dalam Manajemen Pemasaran*. Bandung: Media Sains Indonesia.
- Noor, Z. Z. (2021). *Manajemen Pemasaran Stratejik*. Deepublish.
- Pertiwi, R. D. (2021). *Pemasaran Jasa Pariwisata*. Deepublish.
- Priansa, D. J. (2017). *Komunikasi Pemasaran Terpadu Pada Era Media Sosial*. Bandung: Pustaka Setia.
- Putri, D. E., Sudirman, A., Suganda, A. D., Kartika, R. D., Martini, E., Susilowati, H., . . . Roslan, A. H. (2021). *Brand Marketing*. Bandung: Penerbit Widina.
- Qomariah, N. (2021). *Pentingnya Kepuasan dan Loyalitas pengunjung: Studi pengaruh Costomer Value, Brand Image dan Atribut Produk Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pengunjung Pariwisata Pantai*. Jember: Pustaka Abadi.
- Rahmadani, S., Rosmanely, & Nurliyah. (2022). *Citra Merek (Brand Image) dan Keputusan Pasien Memilih Pelayanan Kesehatan*. Palu: CV. Feniks Muda Sejahtera.
- Rahmawati. (2022). *Apa Saja Variabel Penelitian dalam Bidang Marketing???* Yogyakarta: Deepublish.

- Rahmawati, I., Sa'adah, L., & Amalia, N. (2020). *Faktor Diskon, Bonus Pack dan In Store Display serta Pengaruhnya Terhadap Pembelian Implusif*. Jombang: LPPM Universitas KH. A. Wahab Hasbullah.
- Ramdani, F. (2019). *Kuriositas: Metode Ilmiah Penelitian Teknologi Informasi*. Malang: Universitas Brawijaya Press.
- Riyanto, S., & Putera, R. (2022). *Metode Riset Penelitian Kesehatan & Sains*. Yogyakarta: Deepublish.
- Sa'adah, L. (2021). *Statistik Inferensial*. LPPM Universitas KH. A. Wahab Hasbullah.
- Sari, D. C., Wardhana, A., Arfah, Darwin, M., Sulaiman, E., Rahmawan, G., . . . Sangadji, S. S. (2021). *Manajemen Pemasaran*. Bandung: Media Sains Indonesia.
- Sarmanu. (2017). *Dasar Metodologi Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan Statistika*. Airlangga University Press.
- Siregar, S. (2017). *Metode Pemilihan Kuantitatif: dilengkapi dengan perbandingan perhitungan manual & SPSS*. Jakarta: Prenada Media.
- Siyoto, S., & Sodik, M. A. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Literasi Media Publishing.
- Subiyakto, G., & Nadiani, Z. P. (2022). Pengaruh Brand Ambassador, Brand Association dan Brand Loyalti Terhadap Keputusan Pembelian Neo Coffee. *Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Keuangan*, 4(12), 5539-5550.
- Sudarsono, H. (2020). *Manajemen Pemasaran*. Jawa timur: Pustaka Abadi.
- Sugeng, B. (2022). *Fundamental Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: Deepublish.
- Suhardi. (2018). *Pengantar Manajemen dan Aplikasinya*. Yogyakarta: Gava Media.
- Suparwi, & Fitriyani, S. (2020). Pengaruh Product Knowledge, Brand Image dan Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian Top White Coffe Mahasiswa FEBI IAIN Kudus 2016-2017. *Jurnal Bisnis dan Manajemen Islam*, 8(2), 253-270.
- Tegor, Susanto, A., Togatorop, V., Sulivyo, L., & Siswanto, L. C. (2020). *Metodologi Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*. Klaten: Penerbit Lakeisha.
- Tingga, C. P., Geno, Z. A., Rizkia, N. D., Irmal, Febrina, R., Djanjar, U., . . . Satmoko, N. D. (2022). *Manajemen Merek*. Bandung: Media Sains Indonesia.
- Wijoyo, H. (2021). *Manajemen Pemasaran*. Koto Baru: Insan Cendekia Mandiri.
- Yulianto, N. A., Maskan, M., & Utaminingsih, A. (2018). *Metode Penelitian Bisnis*. Malang: UPT Percetakan dan Penerbitan Polinema.
- Populix. (2022). *5 Brand Minuman Teh Kekinian Indonesia yang Paling Banyak Dikonsumsi*. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/03/30/ini-5-merek-minuman-teh-kekinian-paling-banyak-dikonsumsi-masyarakat>