

DAFTAR PUSTAKA

Sumber Buku:

- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. CV Alfabeta
- Arikunto, S. (2010). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Sugiyono. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. CV Alfabeta
- Indrawan, Rully. (2014). *Metodologi Penelitian Kualitatif, Kuantitatif dan Campuran*. Surabaya: Refika Aditama
- Abdurahman, Maman. (2017.) *Dasar-dasar Metode Statiska Untuk Penelitian*. Bandung: CV. Pustaka Setia
- Ghozali, Imam. (2012). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 20*. Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- Priyatno Dwi. (2009). *Mandiri Belajar SPSS*. Mediakom. Yogyakarta
- Lea-Greenwood, Gaynor. (2012). *Fashion Marketing Communications Ebook*. Somerset, NJ, USA: Wiley.

Sumber Jurnal:

- Benowati, S., & Purba, T. (2020). Pengaruh Citra Merek dan Electronic Word of Mouth Terhadap Minat Beli Kosmetik Wardah di Kota Batam. *Journal Of Management, Accounting, Economic and Business*, 01(02), 356–370.
- Budiasuti, D., & Bandur, A. (2018). Validitas dan Reliabilitas Penelitian. In *Binus*. www.mitrawacanamedia.com
- Febriana, D., & Yulianto, A. (2017). Pengujian Pecking Order Theory Di Indonesia. *Management Analysis Journal*, 6(2), 153–165. <http://maj.unnes.ac.id>
- Helmi, M. S., Arrafiqurrahman, & Maryoni, H. S. (2015). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen pada Minimarket. *Ekonomi & Manajemen Bisnis*, 11(2), 87–107.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (n.d.). *Marketing Management*.
- Nasri, H., & Brawijaya, U. (n.d.). *Brand ambassador*.
- Of, E., Use, T. H. E., Dewi, O. F., As, S., Brand, W., The, O. N., To, D., Wardah,

- P., & In, C. (n.d.). *Pengaruh penggunaan brand ambassador dewi sandra terhadap putusan pembelian kosmetik wardah di kota bandung.*
- Oppo, S., Di, F., Kunci, K., Ambassador, B., & Tarik, D. (n.d.). *Brand Ambassador Tokopedia.* 1369–1385.
- Purwianti, L., & Ricarto, T. (2018). *ANALISA FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI DI BATAM.* 18(November), 41–56.
- Putri, I. P., Liany, F. D. P., & Nuraeni, R. (2019). K-Drama dan Penyebaran Korean Wave di Indonesia. *ProTVF*, 3(1), 68. <https://doi.org/10.24198/ptvf.v3i1.20940>
- Ramayanti, F. (2019). Peran Brand Awareness terhadap Keputusan Pembelian Produk. *Jurnal Studi Manajemen Dan Bisnis*, 6(2), 111–116. <https://doi.org/10.21107/jsmb.v6i2.6690>
- Sari, S., Syamsuddin, S., & Syahrul, S. (2021). Analisis Brand Awareness Dan Pengaruhnya Terhadap Buying Decision Mobil Toyota Calya Di Makassar. *Journal of Business Administration (JBA)*, 1(1), 37. <https://doi.org/10.31963/jba.v1i1.2678>
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Tindakan.*
- Sugiyono, & Agus Susanto. (2015). *Cara Mudah Belajar SPSS & Lisrel* (Bandung). CV. Alfabeta.
- Suharsimi Arikunto. (2010). *Prosedur penelitian : suatu pendekatan praktik* (Ed. Rev.20). Rineka Cipta.
- Świtła, M., Gamrot, W., Reformat, B., & Bilińska-Reformat, K. (2018). The influence of brand awareness and brand image on brand equity – an empirical study of logistics service providers. *Journal of Economics and Management*, 33(3), 96–119. <https://doi.org/10.22367/jem.2018.33.06>
- Wulandari, S. P., Hutauruk, W. R. B., & ... (2021). Pengaruh Brand Ambassador Terhadap Purchase Intention Yang Dimediasi Brand Image Dan Brand Awareness. ... *Manajemen Dan ...*, 12(2), 127–137. <https://ejournal.upi.edu/index.php/mdb/article/view/38727>

Website Resmi:

Kementerian Perindustrian Republik Indonesia. (2021). Diakses dari kemenperin.go.id