

DAFTAR PUSTAKA

- Aqsa, M. (2015). Pengaruh Kredibilitas Perusahaan Dan Public Figure Dalam Periklanan Online Terhadap Sikap Konsumen. *BALANCE: Economic, Business, Management and ...*, XIV(1), 57–71.
<http://103.114.35.30/index.php/balance/article/view/1301>
- Ari Wijayanti. (2016). *Strategi Meningkatkan Loyalitas Melalui Kepuasan Pelanggan*. 1–23.
- Dian, N., & Noersanti, L. (2020). Pengaruh Komunikasi, Disiplin, Dan Motivasi Terhadap Kinerja Karyawan Bagian Produksi Pt. Extrupack Bekasi Barat. *Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia*, 3, 1–25.
- Hikmah & Muslimah. (2021). Validitas dan Reliabilitas Tes dalam Menunjang Hasil Belajar PAI. *Pincis: Palangka Raya International and National Conference on Islamic Studies*, 1, 345–356.
- Irfansius, K., & Firdausy, C. M. (2021). Pengaruh Brand Image, Service Quality, Dan Customer Satisfaction Terhadap Customer Loyalty Sicepat Di Jabodetabek. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 3(4), 1076.
<https://doi.org/10.24912/jmk.v3i4.13503>
- Muzhiroh. (2020). Pengaruh Persepsi Kualitas, Motivasi Dan Gaya Hidup Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Oppo (Studi Kasus Pada

- Masyarakat Kelurahan Cakung Barat). *Jurnal Ecodemica*, 25–30, 35.
- Ningtyas, M. (2014). Metode Penelitian. *Metode Penelitian*, 2013, 32–41.
- Ningtyas, M. (2018). Bab III - Metode Penelitian Metode Penelitian. In *Metode Penelitian*.
- Putra, M. I., Suharyono, & Abdillah, Y. (2014). Pengaruh brand ambassador terhadap brand Image serta dampaknya terhadap keputusan pembelian. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 12(7), 1–10.
- Ramadayanti, 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>
- Rosyadi, A. (2021). 7943-30860-1-Pb. 18(2), 20–31.
- Selvia, M., Tumbel, A. L., & Djemly, W. (2022). the Effect of Price and Product Quality on the Purchase Decision of Scarlett Whitening Products on Students of the Faculty of Economics and Business Sam Ratulangi Manado University. *Emba*, 10(4), 320–330.
- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (M. Dr. Ir. Sutopo, S.Pd (ed.); Cetakan ke). Alfabet, cv.
- Wahyu Eko Prasetyanto. (2015). *Pengaruh Top of Mind Terhadap Keputusan Pembelian Convenience Goods di Supermarket Mo-Ro Mall Purwokerto*. 3(1),

1-27.

Yenni Kurnia Gusti, R. E. (2021). *Strategi Daya Tarik Brand Ambassador Dan Sikap Merek*. 19(1), 77-86.