

DAFTAR PUSTAKA

- Anggreani, Y.T. (2023) 'Pengaruh Kredibilitas Brand Ambassador dan Kredibilitas Merek terhadap Keputusan Pembelian Produk Oriflame pada PT. Orindo Alam Ayu Cabang Medan'. Available at: <https://repositori.uma.ac.id>
- Childers, Thomas L., and J.C.O. (2017) 'Consumer Behavior', *12th ed., Cengage Learning*.
- Fadila, A.S. (2023) 'Pengaruh Brand Ambassador ITZY Terhadap and Image Susu Ultra Milk'. Available at: repository.telkomuniversity.ac.id.
- Gita, D. dan Setyorini, R. (2016) 'Pengaruh Brand Ambassador terhadap Brand Image Perusahaan Online Zalora.co.id.', *e-Proceeding of Management*. 3(1):620-626.
- Index, T.B. (2023) *Susu Cair Dalam Kemasan Siap Minum*. Available at: <https://www.topbrand-award.com>.
- Karina *et al.* (2024) 'Pengaruh Kepercayaan, Brand Ambassador, Kualitas Layanan Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Tokopedia Indonesia', 4(1), pp. 5217–5230.
- Kasmir (2022) *Pengantar Metodologi Penelitian untuk ilmu manajemen dan bisnis*. Rajawali Pers.
- Kotler & Keller (2016) *Kotler & Keller - Marketing Management, Pearson Education, Inc.*
- Kotler, P. and Armstrong, G. (2018) *Principles of Marketing, Seventeenth Edition, Pearson*.
- Lismawati (2021) 'PENGARUH BTS SEBAGAI BRAND AMBASSADOR DAN IKLAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN OLEH GENERASI Z (Studi Kasus: Marketplace Tokopedia)', *Skripsi: Medan Area*.
- Mawardah, E.M. (2020) 'Pengaruh Brand Ambassador dan Kesadaran Merek Terhadap Proses Keputusan Pembelian Produk di Tokopedia'.
- Nadia, S.M. and Aulia, P. (2020) 'THE INFLUENCE OF BTS KPOP AS BRAND AMBASSADOR ONPURCHASE DECISION IN

TOKOPEDIA', *e-Proceeding of Management*.

Natalia Sinaga (2021) 'Pengaruh Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembeli Di Colourfull Toserba Tanjung Senang Bandar Lampung'.

Naurah, N. (2023) *Ini Sederet Alasan Orang Indonesia Menggemari K-pop*, GoodStats. Available at: <https://goodstats.id>

Pratama, R. (2023) *Promosi Penjualan: Manfaat, Jenis, dan Contoh Strategi*.

Prof. Dr. Sugiyono (2017) *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D*. Alfabeta.

Rani, R.P. and Widyasari, S. (2022) 'Pengaruh Brand Ambassador , Kemudahan Penggunaan dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Online', *SEIKO Jurnal of Managemnet & Business*, 5(2), pp. 141–151.

Samosir, V.H. (2021) 'Pengaruh Brand Ambassador, Promosi, Dan Testimoni E-Commerce Shopee Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Mahasiswa Feb Uma Pengguna Shopee', *Universitas Medan Area*.

Sciences, H. (2016) 'Pengaruh Hallyu Terhadap Penggunaan Kosmetik Korea Selatan di Universitas Andalas', 4(1), pp. 1–23.

Sitorus, O, F& Utami, N. (2017) 'Strategi Promosi Penjualan', *FKIP UHAMKA* [Preprint]. Available at: <https://jurnal.polinema.ac.id>.

Suharto, A.S. (2018) 'PENGARUH PROMOSI PENJUALAN DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi Pada Konsumen PT. Bina San Prima Cabang Semarang)'.

Tjiptono, F., & Gregorius, C. (2016) 'Service Quality dan Satisfaction (Ed. 4)', *Andi Offse*.

Wulandari, A. (2022) *Globalisasi dan Teknologi : Dilema Pemanfaatan AI Menuju Industri 5.0*. Available at: <https://kumparan.com>.

Yusiana, R., & Maulida, R. (2015) 'Pengaruh Gita Gutawa sebagai brand ambassador pond's dalam mempengaruhi keputusan pembelian (studi kasus pada mahasiswi Universitas Telkom jurusan D3 manajemen pemasaran)', *Ecodemica*, 3, 311–316.