

DAFTAR PUSTAKA

- Andari, Popy, & Sumiyarsih. (2020). *Pengaruh Brand Image, Brand Trust, dan Strategi Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Air Minum Dalam Kemasan Merek OXGNDW (OXY)*. Jurnal Manajemen dan Akuntansi. 6(1), 35-52.
<https://e-journal.umc.ac.id/index.php/VL/article/view/1591>
- Arikunto, Suharsimi. (2014). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: PT. RINEKA CIPTA.
- Indrasari, & Meithiana. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: UTOMO PRESS.
- Dyatmika, Sutama, Wisnu, Viviani, M., & Alam, W. Y. (2021). *The Influence Of Brand Ambassador And Instagram Advertising On Zoya Cosemtic Product Purchase Decisions (Case Study On Follower Instagram@ Zoyacosmetics)*. SENTRALISASI, 10(2), 94-103.
<https://www.ejournal.umsorong.ac.id/index.php/sentralisasi/article/view/1322>
- Nurdianasari, Rista, Indriani, & Farida. (2017). *Studi Mengenai Brand Communication, Brand Image dan Brand Trust Serta pengaruhnya Terhadap Brand Loyalty Pada Produk Hand and Body Lotion Merek Citra*. Diponegoro Journal Of Management. 6(4), 846-859.
<https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/djom/article/view/18041>
- Pramezwarly, Amelda, Juliana, Winata, Jennifer, Tanesha, Armando. (2021). *Brand Trust dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Produk di Masa Covid-19*. Jurnal Ekonomi & Manajemen Universitas Bina Sarana Informatika. 19(1), 24-31.
<https://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/perspektif/article/view/9376>
- Priyatno, Duwi. (2018). *SPSS Panduan Mudah Olah Data Bagi Mahasiswa dan Umum*. Yogyakarta: ANDI.
- Sigar, Doddy, Soepono, Djurwaty, Tampenawas, & Jelfry. (2021). *Pengaruh Brand Ambassador, Viral Marketing, dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Nike Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis UNSRAT*. Jurnal EMBA. 9(4), 841-850.
<https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/36622>
- Sopiah, dan, Sangadji, Etta, & Mamang. (2016). *Salesmanship (kepenjualan)*. Jakarta: PT. Bumi Aksara.
- Sriyanto, Agus, Kuncoro, Aris, & Wahyu. (2019). *Pengaruh Brand Ambassador, Minat Beli, dan Testimoni Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Situs Jual Beli Online Shop Shopee Indonesia di Universtas Budi Luhur*

Periode Februari - April 2018). Jurnal Ekonomika dan Manajemen. 8(1), 21-34.

<https://journal.budiluhur.ac.id/index.php/ema/article/view/858>

Sterie, Wua, Gloria, Massie, James, D, D., et al. (2019). *Pengaruh Brand Ambassador dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk PT. Telesindo Shop Sebagai Distributor Utama Telkomsel di Manado*. Jurnal EMBA. 7(3)

<https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/24200>

Sugiyono. (2016). *Metode penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: ALFABETA.

Sujarweni, V., & Wiratna. (2020). *Metodelogi Penelitian Bisnis & Ekonomi*. Yogyakarta: PUSTAKA BARU PRESS.

————— (2019). *Metodelogi Penelitian Bisnis dan Ekonomi Pendekatan Kuantitatif*. Yogyakarta: PUSTAKA BARU PRESS.

Tambirang, Carolina, Ivana, & dkk. (2021). *Pengaruh Pemasaran Online, Food Quality, dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Ayam Geprek Benu Pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas SAM Ratulangi Manado*. Jurnal EMBA. 9(4). 274-283.

<https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/36223>