**DAFTAR PUSTAKA**

Aditi, B., & Hermansyur, H. M. (2017). Pengaruh Inovasi Dan Kreativitas Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Umkm Di Kota Medan. *JUMAN Tools (Jurnal Manajemen Tools)*, *7*(1), 1–9. https://doi.org/10.31227/osf.io/ahxju

Budi, F. S. (2019). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk Dan Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian Produk Eiger (Pada Mahasiswa STIESIA Surabaya). *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, *8*(9), 1–15.

Dewi, L. G. P. S., Edyanto, N., & Siagian, H. (2020). The Effect of Brand Ambassador, Brand Image, and Brand Awareness on Purchase Decision of Pantene Shampoo in Surabaya, Indonesia. *SHS Web of Conferences*, *76*, 01023.

Djatmiko, Tjahjono & Pradana, Reza. 2016. Brand Image and Product Price; Its n Impact for Samsung Smartphone Purchasing Decision. Jurnal Social and
Behavioral Sciences. 221-227.

Effendy, F., Hurriyati, R., & Wibowo, L. A. (2020). Analisis Pengaruh Celebrity Endorser dan Inovasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Oppo dengan Intervening Brand Image. *Jurnal Ilmu Manajemen Dan Bisnis*, *11*(2), 163–180. https://ejournal.upi.edu/index.php/mdb/article/view/24444

Ekasari, N., & Roza, S. (2017). Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Bisnis Pada UMKM Keripik Pisang Dharma Jaya. *Jurnal Manajemen Terapan Dan Keuangan*, *6*(3), 195–207.

Ernawati, D. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Inovasi Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Hi Jack Sandals Bandung. *JWM (Jurnal Wawasan Manajemen)*, *7*(1), 17–30. https://doi.org/10.20527/jwm.v7i1.173

Hidayatullah, M. F., Wadud, M., & Roswaty. (2020). Pengaruh Promosi dan Inovasi Produk terhadap Keputusan Pembelian Mobil Toyota Avanza (Studi Kasus di Auto 2000 Veteran Palembang). *Jurnal Nasional Manajemen Pemasaran & SDM*, *1*(2), 19–31. https://doi.org/10.47747/jnmpsdm.v1i2.126

Kotler, Philip and Kevin Lane Keller.2016. Marketing Management,15th Edition, Pearson Education,Inc.

Ling, T. S., & Pratomo, A. W. (2020). Pengaruh Brand Image, Persepsi Harga dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen The Highland Park Resort Hotel Bogor. *Jurnal Ilmiah Pariwisata Kesatuan*, *1*(1), 31–42. https://doi.org/10.37641/jipkes.v1i1.325

Mazuanda, D. (2018). *Pengaruh Citra MerekDan Harga Terhadap Keputusan Pembelian KOnsumen Pada Distro Vearst Jeans Bandung (Survey pada pengunjung Distro Vearst Jeans Bandung)*. https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004

Nofiawaty, Fitrianto, M. E., & Iisnawati. (2020). Brand Ambassador Performance and the Effect to Consumer Decision Using VisCAP Model on Online Marketplace in Indonesia. *Sriwijaya International Journal of Dynamic Economics and Business*, *4*(1), 21–29. https://doi.org/10.29259/sijdeb.v4i1.21-30

Octaviani, W., & Sumitro, D. (2020). *Ifluence Of Lifestyle, halal Labels, Brand Ambassadors, And Brand Awareness On Purchasing Decisions ( Case Study at Pamulang Beautiful Light Shop , Tangsel )*. 1–16.

Oscar, Y., & Keni. (2019). Pengaruh Brand Image, Persepsi Harga, Dan Service Quality Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Jurnal Muara Ilmu Ekonomi Dan Bisnis*, *3*(1), 20–26. https://doi.org/10.24912/jmieb.v3i1.3300

Perdana, R. K., & Wardhani, N. I. K. (2021). Ketertarikan Konsumen Terhadap Lee Min Ho Sebagai Brand Ambassador dan Citra Merek Lazada Terhadap Keputusan Pembelian. *Manajemen*, *7*(1), 56–63.

Putra, M. S. R., & Hartono, S. (2020). The Influence of Price, Brand Image, and Time Pressure against Purchase Decision and Customer Satisfaction (Case Study on Terminal 3 Departure’s Passenger at Soekarno-Hatta International Airport). *International Journal of Innovative Science and Research Technology*, *5*(8), 1269–1275. https://doi.org/10.38124/ijisrt20aug673

Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kombinasi.* Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D).* Bandung: Alfabeta.

Suhaily, L., & Darmoyo, S. (2017). Effect of product quality, perceived price and brand image on purchase decision mediated by customer trust (study on japanese brand electronic product). *Jurnal Manajemen*, *21*(2), 179–194. https://doi.org/10.24912/jm.v21i2.230

Sumarsih. (2019). Pengaruh Inovasi Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Produk Briket (CV. Arang Surabaya Campalagian Polman). *Movere Journal*, *1*(2), 218–231. https://doi.org/10.53654/mv.v1i2.60

Tjiptono, Fandy 2015. Strategi Pemasaran Edisi-4. Yogyakarta : ANDI Yogyakarta.

Wajhillah, S., Jaya, U. A., & Utami, S. A. R. (2020). Pengaruh Brand Ambassador Terhadap Purchase Decision OPPO Smartphone di Kota Sukabumi. *WINTER JOURNAL*, *1*(2), 11–21.

Yulianti, N. M. D. R. (2020). Pengaruh Brand Image, Green Marketing Strategy, Dan Emotional Desire Terhadap Keputusan Pembelian Produk McDonald’S. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, *5*(1), 69–79. http://journal.undiknas.ac.id/index.php/manajemen

Yustiawan, O. (2016). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Honda Vario. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, *5*(2), 1–20.

 Zimmerer, T.W dkk.2008.Kewirausahaan dan Manajemen Usaha Kecil Salemba empat