

## DAFTAR REFERENSI

- Aditama, R. A. (2020). *Pengantar Manajemen Teori dan Aplikasi*. AE Publishing.
- Agung, A., Erika, M., & Puspita, D. (2023). *Pengaruh Brand Ambassador dan Brand Experience Terhadap Keputusan Pembelian dengan Brand Image sebagai Variabel Intervening Pada Perusahaan E-Commerce Shopee di Kota Denpasar*. 3(6), 1152–1167.
- Amelia, D., Simatupang, N., Sinuraya, B. J., Ekonomi, F., & Prima, U. (2020). *Pengaruh Harga, Citra Merek Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pt. Jne Cabang Medan*. *Jurnal Manajemen*, 7, 11–24.
- Apriliani, R. (2024). *10 Brand Kecantikan Terlaris Jelang Lebaran 2024, Prouduk LoApriliani, R. (2024). 10 Brand Kecantikan Terlaris Jelang Lebaran 2024, Prouduk Lokal Banyak Jadi Favorit.kal Banyak Jadi Favorit*.
- Ardani, A. K., Rusdianto, D. S., & Soebroto, A. A. (2019). *Pengembangan Sistem Pencarian Sponsorship dan Partnership Berbasis Web*. 3(10), 9910–9919.
- Baumann, C., Hamin, H., & Amy, C. (2015). *The role of brand exposure and experience on brand recall—Product durables vis-à-vis FMCG*. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2014.11.003>
- Direktorat Pengawasan Kosmetik- BPOM. (2024).
- Dita Permatasari, H. S., & Siswanto. (2022). *Brand Image Wardah Kosmetik Untuk Mempertahankan Minat Beli (Studi Kasus Pada Mahasiswa FSIP Universitas Slamet Riyadi Surakarta)*.
- Eli Achmad Mahiri. (2020). *Pengaruh Brand Image dan Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Pada Konsumen Badan Usaha Milik Desa (BUMDES) Mart Banjaran*. *Coopetition : Jurnal Ilmiah Manajemen*, 11(3), 227–238. <https://doi.org/10.32670/coopetition.v11i3.154>
- Fatma, N., Fajri, N., Ifah, I., & Latiep, F. (2021). *SEIKO : Journal of Management & Business Analisis Keputusan Pembelian Produk Persepsi Harga dan Kualitas Produk Menggunakan Abstrak*. 4(2), 533–540.
- Fazirah, E., & Susanti, A. (2022). *Pengaruh Brand Ambassador, Brand Image, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Kosmetik Wardah di Kota Surakarta*. *Jurnal Ekobis Dewantara*, 5(3), 246–254.
- Ferdiana Fasha, A., Rezqi Robi, M., & Windasari, S. (2022). *Determinasi Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli: Brand Ambassador Dan Brand*

- Image (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(1), 30–42.  
<https://doi.org/10.38035/jmpis.v3i1.840>
- Firmansyah, A. (2019). - *pemasaran produk dan merek (planning & strategy)*. Penerbit Qiara Media.
- Ghozali. (2018). Uji Koefisien Determinasi. *Journal of Management and Business*.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi analisis multivariete dengan program IMB SPSS 23*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hardani, Aulia, N. H., Andriani, H., Fardani, R. A., Ustiawaty, J., Utami, E. F., Sukmana, D. J., & Ria Rahmatul Istoqomah. (2020). *Metode Penelitian Kualitataif & Kuantitatif*. CV Pustaka Ilmu.
- Ifayatul, M. (2019). *Pengaruh Brand Image dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Samsung di Kota Malang*. Universitas Negeri Islam.
- Julekhah, F., & Rahmawati, E. (2019). *Pengaruh Media Exposure , Sensitivitas Industri , Kepemilikan Asing , Kepemilikan Publik dan Profitabilitas Terhadap Environmental Disclosure dan Dampaknya Terhadap Nilai Perusahaan*. 3(1), 50–66.
- Juliandi, A., Irfan, & Saprinan Manurung. (2014). *Metodologi Penelitian Bisnis, Konsep Dan Aplikasi*. UMSU Press.
- Kadafi, M., & Mayasari, H. (2018). *Pengaruh Event Sponsorship dan Membership Terhadap Brand Image Futsal*.
- Kontessa, T. K. (2020). *Sponsorship marketing*. 1(2).
- Kotler Philip & Keller, K. L. (2016). *A frame for marketing management, sixth edition, global edition*.
- Kotler Philip & Keller, K. L. (2018). *Manajemen Pemasaran*. PT Indeks, Jakarta.
- Krishand. (2023). *Pengertian Brand Exposure Serta Manfaat Dan Cara Meningkatkannya*. Blog Pajak.Net.  
<https://www.krishandsoftware.com/blog/1570/pengertian-brand-exposure-serta-manfaat-dan-cara-meningkatkannya/>
- Larasari, E. (2018). PENGARUH BRAND AMBASSADOR DAN EVENT SPONSORSHIP TERHADAP PURCHASE INTENTION DENGAN

BRAND IMAGE SEBAGAI VARIABEL INTERVENING ( Studi Kasus Produk Smartphone Vivo pada Mahasiswa Universitas Sultan Ageng Tirtayasa. *Manajemen Dan Bisnis*, XI(5).

- Manshur, A., & Suyanto, A. (2023). *Pengaruh Brand Image Dan Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian Produk Erigo The Influence Of Brand Image And Brand Ambassador On Purchase Decisions Of Erigo Products*. 10(5), 3501–3516.
- Miati, I. (2020). *Pengaruh Citra Merek ( Brand Image ) Terhadap Keputusan Pembelian Kerudung Deenay ( Studi pada Konsumen Gea Fashion Banjar )*. 1(2), 71–83.
- Nathasa, N. (2022). *PENGARUH CELEBRITY ENDORSER DAN EVENT SPONSORSHIP TERHADAP BRAND IMAGE PRODUK MINUMAN NU GREEN TEA Nancy Nathasa Budiyanto Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia ( STIESIA ) Surabaya*.
- Nernara, S. agni, & Kusuma, Y. B. (2024). *Pelaksanaan Event Sponsorship Sebagai Implementasi Komunikasi Pemasaran Produk By.U Telkomsel Branch Surabaya*.
- Nova, meliza rahma, & Irda. (2021). *pengaruh Brand Ambassador, Brand Image dan labeb halal terhadap minat beli produk kosmetik wardah dikota Padang*.
- Nurhasanah, N., Febriyani, Z. P., & SK, P. (2023). Pengaruh brand ambassador dan social media ads terhadap purchase intention melalui brand image produk skincare ms glow. *Jurnal Riset Ekonomi Dan Bisnis*, 16(2), 156. <https://doi.org/10.26623/jreb.v16i2.6466>
- Pangestu, M. A., & Cahyani, L. (2018). *PENGARUH SPONSORSHIP TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA PT . PIKIRAN RAKYAT BANDUNG TAHUN 2018 SPONSORSHIP AGAINST INFLUENCE CUSTOMER LOYALTY AT PT . PIKIRAN RAKYAT BANDUNG IN 2018 Jurnal Manajemen Pemasaran , Universitas Telkom , Juli 2018 . | 2*. 4(3), 1232–1240.
- Pomalaa, L., Mursityo, Y. T., & Herlambang, A. D. (2018). *Analisis Faktor Brand Awareness , Brand Exposure , Customer Engagement , Dan Electronic Word-of-Mouth Dalam Pemasaran Melalui Media Sosial Pada The Body Shop Indonesia*. 2(10), 4082–4091.

- Prasetyo, P. E. (2016). *Brand Ambassador Dan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian yang Dimediasi Oleh Citra Merek (Skripsi Sarjana, Universitas Negeri Yogyakarta)*.
- Prayuana, H. H., & Andjarwati, A. L. (2013). Pengaruh Penggunaan Celebrity Endorser Irfan Bachdim Dan Event Sponsorship Terhadap Citra Merek Minuman Isotonik Pocari Sweat Helena Hermawati Prayuana Anik Lestari Andjarwati. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 1(1), 307–317.
- Purwati, A., & Cahyanti, M. M. (2022). *PENGARUH BRAND AMBASSADOR DAN BRAND IMAGE*. 11(1), 32–46.
- Putri, R. W. K. (2013). *Analisis Pengaruh Event Sponsorship Dan Advertising Terhadap Brand Image Produk Rokok Sampoerna A Mild*.
- Riahanah, S., Sari, S., & Usman, A. (2021). *Pengaruh Brand Ambassador Terhadap Brand Image Produk Wardah pada Mahasiswi Politiknek Negeri Ujung Pandang*.
- Rimayanti, N. (2019). Event Sponsorship Sebagai Salah Satu Strategi Komunikasi Pemasaran Hydro Coco. *Jurnal Ilmu Komunikasi (JKMS)*, 8(2), 42–53.
- Rizka Dwi Lestari, Umi Farida, & Titis Purwaningrum. (2023). Pengaruh Brand Ambassador, Electronic Word of Mouth, Dan Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Pengguna Marketplace Tokopedia Di Magetan). *Jurnal Cakrawala Ilmiah*, 2(11), 4241–4254. <https://doi.org/10.53625/jcijurnalcakrawalailmiah.v2i11.6128>
- Rosita, & Sosianika, A. (2018). Peran Event Sponsorship Dalam Meningkatkan Kesadaran Merek dan Minat Beli : Studi pada Brand 361 ° di Acara Asian Games 2018. *Prosiding Industrial Research Workshop and National Seminar*, 10(1), 675–685.
- Sayuti, N. M. (2020). No Title. *The Effect of Brand Exposure, Perceived Quality, and Brand Trust on Customer Loyalty through Customer Satisfaction*, 13(3), 456–468.
- Setia, M. A. (2024). *PENGARUH BRAND EXPOSURE , CUSTOMER ENGAGEMENT DAN ELECTRONIC-WOM DALAM MENINGKATKAN BRAND AWARENESS PRODUK FASHION ERIGO*. 2, 1–9.

- Siregar, S. J., & Sunarti. (2017). Pengaruh Event Sponsorship Terhadap Brand Image Rokok Sampoerna A-Mild (Survei pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*/Vol, 51(1), 89–95.
- Situmorang, I. L. (2017). *PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN IKLAN TERHADAP CITRA MEREK DAN KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK KECANTIKAN MEREK POND'S PADA REMAJA DI KOTA PEKANBARU*. 72–86.
- Sugiyono. (2018). *Metodologi Penelitian*.
- Sujarweni, V. W. (2019). *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi*. Yogyakarta : Pustaka Barupress, 2019.
- Sulistiyana, A., & Aminah, S. (2024). *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi , Keuangan & Bisnis Syariah Pengaruh Brand Ambassador , Brand Image , dan Brand Awareness terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare MS Glow di Kota Surabaya Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi , Keuangan & Bisnis Syariah*. 6, 2851–2860. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v6i2.4292>
- Syafrida Hanif Sahir. (2021). *Metodologi Penelitian*. KMB Indonesia.
- Tololiu, R. M., & Roring, F. (2022). Pengaruh Promosi Dan Testimoni Pelanggan Terhadap Minat Beli Konsumen Hp Samsung Di Marketplace Facebook ( Studi Kasus Pada Toko Mozamart Manado ) Influence of Promotions and Customer Testimonials on Consumer Purchase Interests of Samsung Hp in the Facebo. *Jurnal EMBA: Ekonomi Manajemen Bisnis Dan Akuntansi*, 10(4), 1110–1120.
- Utami, N., & Farida, N. (2023). Brand Awareness Wardah Cosmetics Users at ASN in Blitar Regency. *Indonesian Economic Review*, 3(2), 30–39. <https://doi.org/10.53787/iconv.v3i2.28>
- Vanida, D. A. (2021). *Pengaruh Brand Aweranes, Brand Image, dan Brand Truts Terhadap Kepuasan Konsumen (Survei Konsumen MS Glow di Ponogoro) ( Skripsi Sarjana, Universitas Muhammadiyah Ponorogo)*.
- Walangitan, B. Y., Dotulong, L. O. H., Poluan, J. G., Walangitan, B. Y., Walangitan, B. Y., Dotulong, L. O. H., & Poluan, J. G. (2022). *PENGARUH DISKON HARGA , PROMOSI DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP MINAT KONSUMEN UNTUK MENGGUNAKAN TRANSPORTASI ONLINE ( STUDI PADA KONSUMEN MAXIM DI KOTA MANADO ) THE EFFECT*

*OF PRICE DISCOUNTS , PROMOTIONS AND SERVICE QUALITY ON CONSUMER INTEREST TO USE ON. 10(4), 511–521.*

- Wisnubrata. (2024). *Survei: Perempuan Indonesia Suka Menggunakan Makeup Sempel dan Cocok dengan Merek Lokal.*
- Wongkar, K., Lumanauw, B., & Kawet, R. C. (2023). Pengaruh Viral Marketing, Food Quality Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kokumi Manado. *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 11(3), 431–441. <https://doi.org/10.35794/emba.v11i3.49014>
- Yanti, N. F., & Gusfa, H. (2022). *Pengaruh brand ambassador Hamish Daud dan iklan terhadap brand image Clear.* 6(2), 263–280.
- Yusianti, F. R., & Manafe, L. A. (2023). Pengaruh Sponsorship Dan Media Sosial (Instagram) Terhadap Brand Awareness Pada Try Out Online Nasional Utbk Snbt 2023. *Jurnal ASIK: Jurnal Administrasi, Bisnis, Ilmu Manajemen & Kependidikan*, 1(2), 71–84. <https://doi.org/10.59639/asik.v1i2.30>
- Zakiyyah, I., & Kurniawati, E. (2023). Peran Brand Ambassador Boyband BTS Pada Iklan Gofood Dalam Membangun Brand Awareness. *Solusi*, 21(4), 803. <https://doi.org/10.26623/slsi.v21i4.7726>
- Zuhirsyan, M., Marpaung, M., Negeri, P., Medan, M., Belakang, L., & Banjarmasin, S. (2020). *PENGARUH BRAND AWARENESS , BRAND IMAGE , MEDIA COMMUNICATION TERHADAP MINAT MEMILIH PRODUK BNI.* 1(1).