

## DAFTAR PUSTAKA

- Andrew and Shimp, (2018), *Integrated Marketing Communications*, 10<sup>th</sup> ed. Cengage Learning.
- Buchari Alma., (2016), *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung. Alfabeta.
- Dewi Amalia Probosini, Nurdin Hidayat, dan Muhammad Yusuf (2021). “Pengaruh Promosi dan Brand Ambassador terhadap Keputusan Pembelian Pengguna Market Place X dengan Brand Image sebagai Variabel Intervening”. *Jurnal Bisnis, Manajemen, dan Keuangan* Volume 2 No. 2.
- Firmansyah, M. Anang. (2019). *Pemasaran Produk dan Merek*. Jakarta: Penerbit Qiara Media.
- Firmansyah, M. Anang. (2020). *Komunikasi Pemasaran*. Jawa Timur: CV. Penerbit Qiara Media.
- Gaynor Lea-Greenwood, (2013), *Fashion Marketing Communications*, Singapore; Markono Print Media Pte Ltd.
- Galih Kristian, Henny Welsa, dan Ida Bagus Nyoman Udayana (2021). “Pengaruh Brand Ambassador Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Trustworthiness Sebagai Variabel Intervening” *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan* Vol. 9 No. 3.
- Kotler, dan Keller. (2016). *Marketing Management. In Marketing Management* (15<sup>th</sup> ed). *Pearson Education*.
- Kotler, & Armstrong. (2017). *Principles of Marketing (17<sup>th</sup> ed.)*. In *Pearson Education*.
- Kotler, & Armstrong. (2018). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Morissan, (2015), *Teori Komunikasi Individu Hingga Masa*, 1<sup>st</sup> ed, KENCANA
- Mothersbaugh, David L., and Del 1. Hawkins, (2016), *Consumers Behavior Building Marketing Strategy*, THIRTEENTH, United States of America: McGraw-Hill Education.
- Nasrullah, Rulli. (2015). *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya dan Sosiologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Nisfatul Lailiya (2020) “Pengaruh Brand Ambassador dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian di Tokopedia”. *Jurnal IQTISHADEquity Prodi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis*, Vol. 2, No. 2, Tahun.
- Prawira, R. Yogie, Slamet Mulyana, and Teddy Kurnia Wirakusumah. (2012). “Hubungan Karakteristik Brand Ambassador Honda Spacy Helm-in Dengan Tahapan Keputusan Pembelian Konsumen.” *E Jurnal Mahasiswa Universitas Padjajaran* 1(1):1-14.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Pendidikan. Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D)*, 308. Bandung.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

**Websites:**

Adi Ahdiyati, Banyak Konsumen Lebih Pilih E-Commerce untuk Belanja untuk Belanja Fashion, 08-09-2022, 11:58 WIB.

<https://databoks.katadata.co.id/infografik/2022/09/08/banyak-konsumen-lebih-pilih-e-commerce-untuk-belanja-fashion>

Fiekri I, Profil Mesut Ozil, 02-04-20, 13.26 WIB

[https://www.bola.net/profile/mesut\\_ozil/](https://www.bola.net/profile/mesut_ozil/)

Official Instagram Concave Indonesia, 26-12-2022, 21:14 WIB

<https://www.instagram.com/concaveid/>

Official Instagram Mesut Ozil, 26-12-2022, 23,32 WIB

[https://www.instagram.com/m10\\_official/](https://www.instagram.com/m10_official/)

Puput Mutiara, Concave, Sepatu Bola Berteknologi Power Strike hadir di Indonesia, 20-01-2019, 17:02 WIB

<https://mediaindonesia.com/ekonomi/211685/concave-sepatu-bola-berteknologi-powerstrike-hadir-di-indonesia>