

DAFTAR PUSTAKA

- Almaida, Asty, A. Nur Baumassepe, dan Widi Fatima Azzahra. "Social Media Influencers vs. Brand Ambassadors for Brand Image." *International Journal of Innovation, Creativity and Change* 12, no. 3 (2020): 477–94. https://www.ijicc.net/images/vol12/iss3/12348_Almaida_2020_E_R.pdf.
- Andaru, Ilman Mursid, Agus Naryoso, dan Joyo Nur Suryanto Gono. "Pengaruh Terpaan Iklan Lazada dan Daya Tarik Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian di Lazada." *Interaksi Online* 11, no. 1 (2022): 84–101. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/interaksi-online/article/view/37007>.
- Andriani, Novi. "Pengaruh Brand Ambassador Terhadap Keputusan Jamaah Mendaftar Umrah di Biro Alsha Tour Surakarta." Institut Agama Islam Negeri Surakarta, 2021.
- Asra, Abzar, Puguh Bodro Irawan, dan Agus Purwoto. *Metode Penelitian Survei*. Bogor: Penerbit In Media, 2016.
- Aufar, M. Rizky Yanuar. "Pengaruh Brand Ambassador 'Sahrul Gunawan' Terhadap Keputusan Jamaah Dalam Memilih PT. Amanah Fadhillah Insan (AFI Tour) Jakarta Selatan." UIN Syarif Hidayatullah, 2018.
- Bimasyi'ta, Shasi. "Pengaruh Brand Ambassador BTS Terhadap Brand Image Samsung di Tanjungpinang." STIE Pembangunan, 2023.
- Butow, Eric, dan Stephanie Garcia. *Ultimate Guide to Influencer Marketing*. Santa Ana, Ca: Entrepreneur Press, 2024.
- Cholil, Akmal Musyadat. *101 Branding Ideas: Strategi Jitu Memenangkan Hati Konsumen*. Yogyakarta: Quadrant, 2018.
- Daring, KBBI VI. "Hasil Pencarian - KBBI VI Daring." Diakses 3 Agustus 2024. <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/pengaruh>.
- Darma, Budi. *Statistika Penelitian Menggunakan SPSS*. Jakarta: Guepedia, 2021.
- Egan, John. *Marketing Communications*. London: SAGE Publications, 2023.
- Fitrianto, Eko, Islahuddin Daud, dan Welly Nailis. "Types of Endorsers and its Effect on Consumer Behavior of Convenience Goods (Case study: Student in Palembang, Indonesia)." *Jurnal Manajemen dan Bisnis Sriwijaya* 15, no. 4 (2017): 197–207. <https://doi.org/10.29259/jmbs.v15i4.5718>.
- Ghozali, Imam. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 26*. Edisi 10. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2021.

- H. Hamdan, Muhammad Zainal Abidin, Noor Hasanah, Mujiburohman, Halimatus Sakdiah, Ahmad Muradi, Rabiatal Adawiah, Zaki Mubarak, Musyarrafah, Sitti Rahmasari. *Pedoman Karya Ilmiah*. Banjarmasin: UIN Antasari Banjarmasin, 2021.
- Hadiwinoto, Jessica Septiana, Lintang Ratri Rahmiaji, dan Tandiyo Pradekso. “Pengaruh Daya Tarik Brand Ambassador dan Intensitas Komunikasi Electronic Word of Mouth Terhadap Minat Bertransaksi di Lazada.” *Interaksi Online* 10, no. 1 (2021): 13–23. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/interaksi-online/article/view/32655>.
- Haikal, Ibnu. “Pengaruh Promosi dan Brand Ambassador Terhadap Keputusan Calon Jama’ah Umroh dalam Memilih PT. Tritama Jatibarang Brebes.” UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan, 2024.
- Hi, A. Rahman, Juwono Tri Atmodjo, Vania Utamie Subiakto, dan Ghina Aulia Putri. “The Influence of NCT Dream as Lemonilo Brand Ambassador on NCTZEN Purchasing Decisions (Survey of Instagram Account Followers @nct_indonesia).” *International Journal of English Literature and Social Sciences* 9, no. 3 (2024): 372–75. <https://doi.org/10.22161/ijels.93.47>.
- Hudani, Amalina. “Pengaruh Faktor Budaya, Faktor Social, dan Faktor Pribadi terhadap Keputusan Pembelian.” *Entrepreneurship Bisnis Manajemen Akuntansi (E-BISMA)* 1, no. 2 (27 Desember 2020): 99–107. <https://doi.org/10.37631/e-bisma.v1i2.195>.
- Ismunandar, dan Yuyun Ayu Lestari. “Pengaruh Faktor Budaya Terhadap Keputusan Pembelian Lo’I Me’E Mbojo di Kota Bima.” *Jurnal Sosial Ekonomi dan Humaniora* 5, no. 2 (2019): 101–11. <https://doi.org/10.29303/jseh.v5i2.54>.
- Kala’, Febriani. “Pengaruh Brand Ambassador dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Brand Image Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Pengguna Produk Scarlett Whitening di Kota Makassar).” Universitas Hasanuddin Makassar, 2023.
- Kemenag RI. *Tuntunan Manasik Haji dan Umrah*. Jakarta: Direktorat Jenderal Penyelenggaraan Haji dan Umrah, 2024.
- Kholidah, Nur, dan Muhammad Arifiyanto. *Faktor-Faktor Pengambilan Keputusan Pembelian Kosmetik Berlabel Halal*. Pekalongan: Penerbit NEM, 2020.
- Kotler, Philip, dan Gery Armstrong. *Prinsip-prinsip Pemasaran, Edisi 12, Jilid 1*. Jakarta: Erlangga, 2008.
- Leon, Farah Margaretha, Rossje V. Suryaputri, dan Tri Kunawangsih P. *Metode*

Penelitian Kuantitatif: Manajemen, Keuangan, dan Akuntansi. Jakarta: Penerbit Salemba Empat, 2023.

- Makmur, Ahdi. “Peranan Ulama Dalam Membina Masyarakat Banjar di Kalimantan Selatan.” *MIQOT: Jurnal Ilmu-ilmu Keislaman* 36, no. 1 (2012): 174–91. <https://doi.org/10.30821/miqot.v36i1.114>.
- Marlius, Doni. “Keputusan Pembelian Berdasarkan Faktor Psikologis dan Bauran Pemasaran PT. Intercom Mobilindo Padang.” *Jurnal Pundi* 1, no. 1 (2017): 57–66. <https://doi.org/10.31575/jp.v1i1.9>.
- Muchson, M. *Statistik Deskriptif*. Bogor: Guepedia, 2017.
- Munandar. “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Dalam Membeli Kopi Espresso.” *Jurnal Visioner & Strategis* 6, no. 1 (2017): 1–9. <https://journal.unimal.ac.id/visi/article/view/205>.
- Muthohar, Muchsin, dan Amin Ramadhan Triatmaja. “Pengaruh Endorser Ulama terhadap Sikap dan Minat Beli Konsumen.” *Jurnal Bisnis dan Ekonomi* 20, no. 1 (2013): 86–99. <https://www.neliti.com/publications/24196/>.
- Nabila, Najla. “Pengaruh Ulama Sebagai Endorser Terhadap Niat Menggunakan Jasa Layanan Haji dan Umroh: Studi Pada Muslim di Indonesia.” Universitas Islam Indonesia, 2022. <https://dspace.uui.ac.id/handle/123456789/38959>.
- Nurmartiani, Erika. *Pengantar Perilaku Konsumen*. Banten: Tristar Mandiri Publisher, 2024.
- Nuryadi, Tutut Dewi Astuti, Endang Sri Utami, dan M. Budiantara. *Buku Ajar Dasar-dasar Statistik Penelitian*. Yogyakarta: Sibuku Media, 2017.
- Patuh, Sisko. “Pencarian PPIU (Penyelenggara Perjalanan Ibadah Umrah),” 2024. <https://simpu.kemenag.go.id/home/travel>.
- Priyono. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Vol. 44. Sidoarjo: Zifatama Publishing, 2016.
- Purnomo, Rochmat Aldy. *Analisis Statistik Ekonomi dan Bisnis Dengan SPSS*. Ponorogo: CV. Wade Group, 2016.
- Puspita, Ibnu Ria, Adil Fadillah, dan Yudin Taqyudin. “Tinjauan Atas Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee.” *Jurnal Aplikasi Bisnis Kesatuan* 2, no. 1 (2022): 67–74. <https://doi.org/10.37641/jabkes.v2i1.1358>.
- Putra, Muhammad Ikhsan, Suharyono, dan Yusir Abdillah. “Pengaruh Brand Ambassador Terhadap Brand Image Serta Dampaknya Terhadap Keputusan Pembelian (Survey Pada Pengguna LINE di Asia).” *Jurnal Administrasi*

- Bisnis* 12, no. 1 (2014): 1–10. <https://administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id/index.php/jab/article/view/497>.
- Ragartirta, Laurensius Panji, dan Erna Tiningrium. “Pengaruh Atmosphere Store, Desain Produk, dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus di Rown Division Surakarta).” *Excellent: Jurnal Manajemen, Bisnis dan Pendidikan* 7, no. 2 (2020): 143–52. <https://e-journal.stie-aub.ac.id/index.php/excellent%0Ahttps://doi.org/10.36587/exc.v7i2.793>.
- Rahma, Ghina Aulia, Siska Angreyani Nasution, Nabila Masithoh Rosyidani, Melia Putri, dan Apriliana Ervynasari. “Analisis Pengaruh Daya Tarik Fisik Influencer pada Kepercayaan Masyarakat terhadap Minat Pembelian Suatu Produk.” *Economics Business Finance and Entrepreneurship*, 2023, 43–52. <https://proceedings.ums.ac.id/ebfelepma/article/view/3014/2973>.
- Riduwan. *Metode dan Teknik Menyusun Proposal Penelitian*. Bandung: Alfabeta, 2015.
- Russell, Amanda. *The Influencer Code: How to Unlock the Power of Influencer Marketing*. New York: Hatherleigh Press, 2020.
- Sahir, Syafrida Hafni. *Metodologi Penelitian*. Medan: Penerbit KBM Indonesia, 2022.
- Sangadji, Etta Mamang, dan Sopiah. *Metodologi Penelitian: Pendekatan Praktis dalam Penelitian*. Yogyakarta: Penerbit ANDI, 2010.
- Santoso, Daniel Teguh Tri, dan Endang Purwanti. “Pengaruh Faktor Budaya, Faktor Sosial, Faktor Pribadi, dan Faktor Psikologis Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Dalam Memilih Produk Operator Seluler Indosat-M3 di Kecamatan Pringapus Kab. Semarang.” *Among Makarati* 6, no. 12 (2013): 112–29. <https://jurnal.stieama.ac.id/index.php/ama/article/view/92>.
- Schimmelpfennig, Christian. “The Use of Different Endorser Types in Advertising: A Content Analysis of Magazine Advertisements.” *Journal of Global Marketing* 32, no. 3 (27 Mei 2018): 139–53. <https://doi.org/10.1080/08911762.2018.1470273>.
- Slamet, Riyanto, dan Andhita Hatmawan Aglis. *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan, dan Eksperimen*. Yogyakarta: Deepublish, 2020.
- Sudirman, Marilyn Lasarus Kondolayuk, Ayunda Sriwahyuningrum, I Made Elia Cahaya, Ni Luh Seri Astuti, Jan Setiawan, Willy Yavet Tandirerung, et al. *Metodologi Penelitian 1*. Bandung: Media Sains Indonesia, 2023.
- Sugiharto, Nur Aziz, Desya Nabila Savitri, dan Bambang Triputranto. “Pengaruh

Faktor-Faktor Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Produk Chatime di Kota Bekasi.” *Jurnal Bisnis dan Pemasaran* 13, no. 2 (2023): 55–68. <https://ejurnal.ulbi.ac.id/index.php/promark/article/view/3293>.

Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Penerbit Alfabeta, 2017.

———. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Penerbit Alfabeta, 2014.

Umrah, Direktorat Jenderal Penyelenggaraan Haji dan. “Grafik Jumlah Jemaah Umrah Indonesia 3 Tahun Terakhir (2022-2024).” Instagram, 2025. <https://www.instagram.com/informasihaji/p/DFmiM-ryjuJ/>.

Widarsa, Ketut Tangking, Putu Ayu Swandewi Astuti, dan Ni Made Dian Kurniasari. *Metode Sampling Penelitian Kedokteran dan Kesehatan*. Denpasar: Baswara Press, 2022.

Yenni, Arfah. *Keputusan Pembelian Produk*. Padangsidempuan: PT. Inovasi Pratama Internasional, 2022.

Yuliardi, Ricki, dan Zuli Nuraeni. *Statistika Penelitian: Plus Tutorial SPSS*. Yogyakarta: Innosain, 2017.