

## DAFTAR PUSTAKA

- Andini, P. N., & Lestari, M. T. (2021). Pengaruh Brand Ambassador Dan Brand Image Terhadap Minat Beli Pengguna Aplikasi Tokopedia. *E-Proceeding of Management*, 8(2).
- Cahyowulan, S. A. P. (2018). Pengaruh Brand Ambassador pada Minat Beli Produk Wrangler dengan Citra Merek Senbagai variabel Intervening. *Gastrointestinal Endoscopy*, 10(1).
- Citra Savitri, & Flora Patricia Anggela. (2020). PENGARUH E-PROMOTION DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PRODUK DI PT. XYZ. *BUANA ILMU*, 4(2).  
<https://doi.org/10.36805/bi.v4i2.1138>
- Fauziah, N., & Aziz Mubarak, D. A. (2019). Pengaruh Citra Merek Terhadap Minat Beli: Studi Pada Produk Kecantikan. *Image: Jurnal Riset Manajemen*, 8(1), 37–44. <https://doi.org/10.17509/image.v8i1.22686>
- Febrian, F. (2019). PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP MINAT BELI LEMBUR BATIK. *Ekono Insentif*, 13(1).  
<https://doi.org/10.36787/jei.v13i1.86>
- Firdaus, N. N., Irda, & Wati, L. (2020). PENGARUH HARGA, CITRA MEREK, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP MINAT BELI IPHONE 11 SUMABAR SMARTHPHONE. *Manajemen*, 17(2).
- Insan, M. F., & Rubiyanti, R. N. (2021). Pengaruh brand ambassador terhadap minat beli Tiket.Com di Jawa Barat. *E Journal Management, Telkom University*, 8(1).
- Irawan, M.R.N. (2020), Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Pt. Satria Nusantara Jaya. *Ekonika: Jurnal Ekonomi Uniersitas Kadiri*, 5(2), 140.  
<http://doi.org/10.30737/ekonika.v5i2.1097>.

Junaidi Sagir, Ninin Setianing Pandika, & Sri Darwini. (2021). Pengaruh Brand Ambassador Dan Country Of Origin Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Skin Care Korea. *Journal of Economics and Business*, 7(1). <https://doi.org/10.29303/ekonobis.v7i1.72>

Khaerunnisa, B. (2019). PENGARUH GREEN MARKETING DAN BRAND IMAGE TERHADAP MINAT BELI AMDK MEREK AQUA DI KALANGAN MAHASISWA S1 FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS MATARAM. *Distribusi - Journal of Management and Business*, 7(1). <https://doi.org/10.29303/distribusi.v7i1.38>

Kharisma, L., & Hutasuhut, S. (2019). PERAN MEDIASI MINAT BELI PADA PENGARUH BRANDAMBASSADOR DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN. *NIAGAWAN*, 8(3). <https://doi.org/10.24114/niaga.v8i3.15579>

Kurniawan, G. (2020). PENGARUH CELEBGRAM DAN BRAND IMAGE TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN SECARA ONLINE PADA MEDIA SOSIAL INSTAGRAM PRODUK ERHA CLINIC DI SURABAYA.. *Jurnal MEBIS (Manajemen Dan Bisnis)*, 5(1). <https://doi.org/10.33005/mebis.v5i1.101>

Mardiana, N. R. (2020). Analisa Pengaruh Brand Ambassador, Citra Merek dan Kualitas Produk terhadap Minat Beli Produk Kosmetik Emina (Studi Kasus Mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Ahmad Dahlan Yogyakarta). [Http://Eprints.Uad.Ac.Id/](http://Eprints.Uad.Ac.Id/).

Mardiani, A. S., & Wardhana, A. (2018). Pengaruh Brand Ambassador Terhadap Minat beli Konsumen Kunafe Cake. *E-Proceeding of Management*, 5(2).

Mohammad Yazid Bil Haqqi Nazal. (2020). Pengaruh Harga, Brand Image, dan Kualitas Produk terhadap Minat Beli di Garasi Vape Store Lumajang. *JOBMAN, Volume 2 N.*

- Mustolih, P. R. (2018). Hubungan Antara Kualitas Produk Dengan Minat Beli Produk Bloods Industries Yogyakarta Pada Pengunjung Kawasan Distro. Demangan Baru. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 2006.
- Nopisari, & Musnaini, W. S. G. R. D. (2021). Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Kopi Serampas. *EKONAM: Jurnal Ekonomi*, Vol. 03 No(1), 11.
- Nurdin, H. (2020). Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Smartphone Merek “Xiaomi.” ... *Management and Entrepreneurship Journal*, 15(1).
- Rohman, I. Z., & Indaryadi, A. I. K. (2020). Pengaruh celebrity endorser, brand image, brand loyalty, dan perceived quality terhadap minat beli konsumen dan dampaknya terhadap intensi rekomendasi. *Jurnal Kajian Manajemen Bisnis*, 9(2). <https://doi.org/10.24036/jkmb.10955000>
- Roisah, R., Meliawati, Y., & Angliawati, R. Y. (2021). Meningkatkan Minat Beli Melalui Brand Ambassador. *Jurnal Manajemen Jasa*, 3(1).
- Rosyadi, A. (2021). Peran Brand Ambassador Terhadap Minat Beli Melalui Brand Awareness. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Performa*, 18(3), 20–31. <https://doi.org/10.29313/performa.v18i3.7943>
- Sandra, S., & Setyabudi, D. (2020). Hubungan Terpaan Iklan di Televisi dan Kapabilitas Brand Ambassador Dengan Minat Beli pada Produk Mie Sedaap. *Ejournal Undip: Interaksi Online*, 8(3).
- Semuel, H., & Lianto, A. S. (2014). ANALISIS eWOM , BRAND IMAGE , BRAND TRUST DAN MINAT BELI. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 8(2).
- Sriyanto, A., & Kuncoro, A. W. (2019). Pengaruh brand ambassador, minat beli dan testimoni Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Situs Jual Beli Online Shop Shopee Indonesia di Universitas Budi Luhur Periode Februari – April 2018). *Jurnal Ekonomika Dan Manajemen*, 8(1).

Utami, R. P., & Saputra, H. (2017). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Sayuran Organik Di Pasar Sambas Medan. *Niagaawan*, 6(2), 44–53. <https://doi.org/10.24114/niaga.v6i2.8334>

Wirayanthi, N., & Santoso, S. (2018). Pengaruh Harga, Citra Merek Dan Kualitas Terhadap Minat Beli Produk Private Label. *JMD: Jurnal Riset Manajemen & Bisnis Dewantara*, 1(2). <https://doi.org/10.26533/jmd.v1i2.231>

Yuda Sedana Putra, M. (2021). PENGARUH INOVASI DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP MINAT BELI ULANG KONSUMEN BREADTALK LOMBOK EPICENTRUM MALL. *Distribusi - Journal of Management and Business*, 9(1). <https://doi.org/10.29303/distribusi.v9i1.132>

Yustiana, C., & Jamiat, N. (2021). Pengaruh Brand Ambassador Terhadap Minat Beli Konsumen Shopee Segmentasi Pria Di Indonesia.(studi Pada Stray Kids Sebagai Brand Ambassador). In *eProceedings*

