

DAFTAR PUSTAKA

- Agustina, E. (2013). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga. *Africa's Potential for the Ecological Intensification of Agriculture*, 53(9), 1689–1699. <https://core.ac.uk/download/pdf/225831987.pdf>
- Alistian, A. (2022). Pengaruh Brand Ambassador Dan Brand Image Terhadap Minat Beli Produk Scarlett Whitening (Survei Pada Konsumen Scarlett di Toko Koleksi Tasik Termurah). *Jurnal Cendekia Ilmiah*, 1(5), 582–586.
- Alvionita, H. (2022). Pengaruh Partisipasi Anggaran Terhadap Kinerja Manajerial dengan Komitmen Organisasi dan Motivasi Kerja sebagai Variabel Moderasi pada BLUD RSUD Indrasari Rengat Kabupaten Indragiri Hulu. *Institutional Repository*.
- Amelia, R. (2019). PENGARUH BRAND AMBASSADOR DAN SIKAP KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK KOSMETIK PADA TOKO PEDIA (Studi Kasus Mahasiswi Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara). *Jurnal Ilmiah Universitas Sumatera Utara*, 8–13. <http://repository.umsu.ac.id/bitstream/123456789/5054/1/SKRIPSI NAVIRA LUTFA SUSTIA.pdf>
- Andarista, F., Hariyani, D. S., & Fauzi, R. U. A. (2022). Pengaruh Brand Ambassador Dan Promosi Terhadap Minat Beli Brand Erigo Melalui Brand Image Sebagai Variabel Intervening. *Journal of Current Research in Business and Economics*, 1(2), 36–44.
- 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), 2074–2082.
- Aprilianti, O., & Wibowo, S. (2019). Analisis Iklan Pada Media Sosial Instagram Dan Reputasi Merek Terhadap Minat Beli Pada Indihome Buah Batu Kota Bandung Tahun 2019. *E-Proceeding of Applied Science*, 5(2), 497–503.
- Ariadi, M. (2023). *Pengaruh Literasi Keuangan Syariah Dan E-Banking Syariah Terhadap Keputusan Transaksi Non Tunai*. 1–131.
- Candra Alfian, B. M. N. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Di Kopi Kenangan Kota Kasablanka. *AKSELERASI: Jurnal Ilmiah Nasional*, 4(3), 26–39. <https://doi.org/10.54783/jin.v4i3.590>
- Darina Hastuti. (2020). Pengaruh Brand Ambassador, Iklan, Dan Harga Terhadap Minat Pembelian Mie Sedaap Oleh Mahasiswa Universitas Brawijaya. *Repository.Ub.Ac.Id*, 125.
- Fandy Tjiptono. (2019). Pengertian Kepuasan Menurut Lovelock dan Wirtz dikutip oleh Fandy Tjiptono. *Universitas Muhammadiyah Magelang*, 64.

- Geraldine, Y. M. (2021). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Media Sosial Dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Produk Brand Wardah. *POINT: Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 3(1), 71–82. <https://doi.org/10.46918/point.v3i1.880>
- Hendayana, Y., & Afifah, N. (2021). Pengaruh Brand Ambassador Dan Korean Wave Terhadap Minat Belanja Online Melalui Marketplace Tokopedia. *Kinerja*, 3(1), 32–46. <https://doi.org/10.34005/kinerja.v3i1.1285>
- Huslaili, M., Isyanto, P., Sumarni, N., Buana, U., & Karawang, P. (2023). The Influence Of NCT 127 Brand Ambassadors And Brand Image On The Impulsive Buying Behavior Of Nature Republic Products On NCT 127 Fans On Social Media Twitter Pengaruh Brand Ambassador NCT 127 Dan Brand Image Terhadap Perilaku Impulsive Buying Produk Nat. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 4(6), 7807–7817. <http://journal.yrpiiku.com/index.php/msej>
- Ika, N., Fitriyah, Z., & Dewi, N. C. (2020). Impulse Buying di E-Commerce Shopee. *Jurnal Ilmu Administrasi Dan Manajemen*, 3(1), 57–62.
- Jacobus Pardede. (2022). *PENGARUH HARGA, PROMOSI DAN TEMPAT TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU MERK PRETTYFIT PADA PT. CHRISTOPER ADIDAYA REKANANDA*. 34–46. <http://repository.stei.ac.id/9350/>
- Kusuma Wardani, A. A., & Istiyanto, B. (2022). Peran Brand Ambassador, Brand Image, Dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Kasus Co-Branding Samsung X Bts). *Jurnal Ilmiah Edunomika*, 6(1), 551. <https://doi.org/10.29040/jie.v6i1.4645>
- Mandala, K., & Universitas, B. (2023). *Kata kunci : Citra merek, Kualitas produk, Persepsi harga, Minat beli*. 12(7), 648–670.
- Maulidah Fa'ziah, I. R. (2021). *Faktor – faktor yang mempengaruhi minat beli konsumen terhadap pakaian bekas*. 10, 62–68.
- Pujiyanti. (2018). Pengaruh Brand Reputation, Brand Experience Terhadap Brand Loyalty Melalui Brand Trust Pada Pengguna Kartu Simpati Loop Di Kota Semarang. *Unnes*, 73.
- Rahma, Y. P., & Setiawan, M. B. (2021). Pengaruh Brand Ambassador dan Electronic Word Of Mouth (E-WOM) Terhadap Purchase Intention Di Lazada. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 11(4). <http://eprints.ukmc.ac.id/5188/>
- Randi, H., Suharto, A., & Reskiputri, T. D. (2022). Analisis Pengaruh Brand Ambassador dan Harga pada Aplikasi Ruang Guru terhadap Minat Beli Konsumen pada SMAN 03 Jember. *BUDGETING : Journal of Business, Management and Accounting*, 4(1), 27–37. <https://doi.org/10.31539/budgeting.v4i1.4050>
- Tasya, S. &. (2023). Pengaruh Kualitas Produk dan Reputasi Merek Terhadap

Minat Pembelian Smartphone Import Samsung Di Kota Jakarta Timur. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 2(3), 449–460.

Yustika Aulia Haryanti, Citra Savitri, S. (2023). The Influence Of Bangtan Sonyeondan (BTS) Brand Ambassadors And Brand Image On Buying Interest At Tokopedia In Generation Z In Karawang Regency. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 4(4), 3511–3522. <http://journal.yrpiaku.com/index.php/msej>

Zed, E. Z., & Kartini, T. M. (2023). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Merek Xiaomi (Studi Kasus pada Mahasiswa S1 Prodi Manajemen Universitas Pelita Bangsa, Cikarang). *Jurakunman (Jurnal Akuntansi Dan Manajemen)*, 7(2), 7217–7237.