

DAFTAR PUSTAKA

- Anandyara, S. & Samiono, B. E. (2022). Analisis Pengaruh Brand Ambassador Terhadap Purchase Intention Melalui E-Trust, E-WOM, Brand Awareness dan Attitude Towards Advertisement Pada E-Commerce Lazada. *Jurnal Al Azhar Indonesia Seri Ilmu Sosial*, 3(3), 113-123. <http://dx.doi.org/10.36722/jaiss.v3i3.1230>
- Azizah, A. C., Welsa, H., & Hutami, L. T. H. (2023). Pengaruh *Brand Ambassador* NCT Dream dan *Social Media Marketing* terhadap *Purchase Intention* Dengan *Brand Awareness* sebagai Variable Intervening : Studi Kasus pada Konsumen Produk Lemonilo di Kota Yogyakarta. *Reslaj: Religion Education Social Laa Roiba Journal*, 6(1), 302-314. <https://doi.org/10.47467/reslaj.v6i1.3409>
- Ghozali, I. (2017). Model Persamaan Struktural Konsep Dan Aplikasi Program AMOS 24. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2018). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25. Badan Penerbit Universitas Diponegoro: Semarang
- Hatmawan, A. A., dan Riyanto, S. (2020). Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan dan Eksperimen,. Sleman: CV Budi Utama.
- Kusdayanti, P. A. & Nugroho, R. H. (2023). Pengaruh Brand Image dan Celebrity Endorser Terhadap Minat Beli Melalui Brand Trust Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Konsumen Scarlett Whitening di Surabaya). *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 4(3), 3143-4251. <https://doi.org/10.37385/msej.v4i4.1570>
- Kolinug, M. S., Mananeke, L. & Tampenawas, J. (2022). Pengaruh Brand Ambassador dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Revlon (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Sam Ratulangi). *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 10(3), 101-111. <https://doi.org/10.35794/emba.v10i3.41293>
- 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), 156-175. <http://dx.doi.org/10.26623/jreb.v16i2.6466>
- Oktaviani, N. & Zainurossalamia, S. (2021). Pengaruh Brand Ambassador “Blackpink” Terhadap Purchase Intention Melalui Brand Image. *Journal Economics and Business*, 17(3), 395-402. <http://journal.feb.unmul.ac.id/index.php/INOVASI>

- Pardede, C. R., Lopian, S. L. H. V. J., & Pandowo, M. (2018). The Influence of Perceived Value and Trust on Repurchase Intention in Shoppe Online Shopping. *Jurnal EMBA*, 6(1), 331–340.
- Prastiwi, F. T. R., Ratnaningsih, C. S., Windhyastiti, I. & Khouruh, U. (2020). Analisis Pengaruh Tren Budaya, Brand Ambassador dan Harga Terhadap Purchase Intention Mie Instan. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 7(1), 55-60. <https://doi.org/10.26905/jbm.v7i1.4222>
- Pratiwi, G. W. & Andarini, S. (2023). Pengaruh Copywriting Dan Brand Awareness Terhadap Consumer Interest Pada Produk Menantea. *SEIKO: Journal of Management & Business*, 6(1), 756-765. <https://doi.org/10.37531/sejaman.v6i1.4469>
- Priansa, D.J. (2017). Komunikasi Pemasaran Terpadu Pada Era Media Sosial. CV Pustaka Setia.
- Putri, L. H. (2016). “Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Pembelian.” *PERFORMA: Jurnal Manajemen Dan Start-up Bisnis*, 1 (2): 162–70
- Rossiter, J. R., Percy, L., & Bergkvist, L. (2018). *Marketing Communications: Objectives, Strategy, Tactics*. (1st ed.). SAGE Publications.
- Sugiyono. (2017). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. In Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif (pp 130-143). Bandung : Alfabeta
- Sugiyono. (2018). Metode Penelitian Kuantitatif. In Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif (pp 63-138). Bandung : Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). Statistika Untuk Penelitian. In Sugiyono, Statistika Untuk Penelitian (pp 16- 206). Bandung : Alfabeta.
- Wicaksono, A. C., & Nurseto, S. (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Fitur Produk dan Harga terhadap Niat Beli Ulang Melalui Kepuasan Konsumen sebagai Variabel Intervening (Studi pada Konsumen Smartphone Xiaomi di Kota Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 8(1), 34–42. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jiab/article/view/22706>