

DAFTAR PUSTAKA

- Aguilika, D. (2022). Pengaruh Iklan, Brand Image dan Brand Ambassador Terhadap Minat Beli Konsumen Shopee. *Journal Eco-Entrepreneur*. Vol. 8 No. 2.
- Ahmad, M., & Tumbel, T.M., & Kalangi, J. A. F. (2020). Pengaruh Citra Merek Terhadap Minat Beli Produk Oriflame Di Kota Manado. *Jurnal Administrasi Bisnis*. Vol. 10 No. 1.
- 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 Cendikia Ilmiah*. Vol. 1 No. 5.
- Aristo, R. (2022). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Smartphone Realme. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*. Vol. 11 No. 4.
- Danang, Sunyoto. (2019). *Dasar-dasar Manajemen Pemasaran (Konsep, Strategi dan Kasus)*. Cetakan Ke-3. Jakarta: PT. Buku Seru.
- Darmawan, P. A. D., dkk. (2022). Pengaruh Elektronik Word Of Mouth Dan Citra Merek Terhadap Niat Beli. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*. Vol. 7 No. 1.
- Dikertorat Jenderal Kependudukan dan Pencatatan Sipil, Kementerian Dalam Negeri Republik Indonesia (2022). *273 Juta Penduduk Indonesia Terupdate Versi Kemendagri*. Retrieved from <https://dukcapil.kemendagri.go.id>.
- Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil, Pemerintah Kota Surabaya (2020). *Proyeksi Penduduk Kota Surabaya 2023-2032*. Retrieved from <https://disdukcapil.surabaya.go.id>.
- Donovan. (2023). Pengaruh Promosi dan Kualitas Produk Oppo Terhadap Minat Beli Konsumen. *Jurnal Pengabdian Masyarakat dan Riset Pendidikan*. Vol. 1 No. 4.
- Faradilla, M. A., & Andarini, S. (2022). Pengaruh Brand Ambassador Terhadap Minat Beli Produk Maybelline New York Melalui Sikap Pada Iklan Sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*. Vol. 12 No. 1.
- Fatihudin, D., & Firmansyah, A. (2019). *Pemasaran Jasa:(Strategi, Mengukur Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan)*. Deepublish.
- Firmansyah, M.A. (2019). *Pemasaran Produk dan Merek: Planning dan Strategy*. Qiara Media. Jawa Timur.

- Ichsan, M., & Juhmur, H. M., & Dharmoputra, S. (2018). Pengaruh Consumer Online Rating And Riview Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Marketplace Tokopedia Di Wilayah DKI Jakarta. *e-Proceedings of Management*. Vol. 5 No. 2.
- Kotler, P., & Keller, K.L. (2012). *Manajemen Pemasaran* Jilid I Edisi ke 12. Jakarta:Erlangga.
- Mardiani, A. S., & Wardhana, A. (2018). Pengaruh *Brand Ambassador* Terhadap Minat Beli Konsumen Bandung Kunafe Cake. *e-Proceeding of Management*, Vol. 5 No. 2.
- Melinda, V., & Artina, N., & Lestari, R. B. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, *Brand Image*, *Brand Ambassador*, dan *Word Of Mouth (WOM)* Terhadap Minat Beli Konsumen Pada *Skincare* Nature Republic di Kota Palembang. *Publikasi Riset Mahasiswa Manajemen*, Vol. 3 No. 1.
- Murniasih, N. N., & Telagawathi, N. L. W. S. (2023). Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Pada Minat Beli Ulang Produk *Skincare* MS Glow Di Singaraja. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*. Vol. 5 No. 1.
- Oktavia, C. (2023). Pengaruh *Brand Ambassador* Song Jong Ki Dan *Brand Image* Scarlett Whitening Terhadap Minat Beli Konsumen. *Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*. Vol. 5 No. 2.
- Pramesti, E. A., Wardhana, A. (2022). Pengaruh *Brand Image*, dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Produk Pepsodent di Kota Bandung. *Journal of Management & Business*. Vol. 4 No. 3.
- Putri, L. E. C., & Farida, S. N. (2022). Pengaruh *Brand Ambassador* Dan *Brand Personality* Terhadap Minat Beli Pada Pengguna *Skincare* Pond's. *Jurnal Pendidikan Ekonomi (JURKAMI)*. Vol. 7 No. 3.
- Ria, K. (2022). Mengapa Produk Perawatan Kulit Wajah Viva Walaupun Cukup Bagus Bisa Dijual Dengan Harga Murah, Sehingga Tak Sedikit Yang Memakai Produk Ini?. Retrieved from Quora <https://id.quora.com/>.
- Rosiana, Y., & Purwanto, S. (2022). Pengaruh Selebritis, Gambaran Merek dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Pembalut Wanita Merek Laurier. *Jurnal Pendidikan Ekonomi (JURKAMI)*, Vol. 7 No. 2.
- Rosyadi, A. (2021). Peran *Brand Ambassador* Terhadap Minat Beli Melalui *Brand Awareness*. *Jurnal Manajemen dan Bisnis (Performa)*, Vol. 18 No. 2.
- Sari, Y. R., Harliyani, S., & Sanjaya, V. F. (2022). Pengaruh Harga, *Brand Image*, dan *Celebrity Endorser* Enzy Storia Terhadap Minat Beli Produk Erigo. *Business and Entrepreneurship Journal (BEJ)*, Vol. 3 No. 1.
- Shopee. (2022). Viva Cosmetics Authorized Store Surabaya. *Kategori Produk Lip Care*. Retrieved from <http://www.shopee.co.id>.

- Sitorus, C. V., & Hidayat, A. M. (2019). Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Iphone Di Bandung Tahun 2019. *e-Proceeding of Applied Science*. Vol. 5 No. 2.
- Sofyan. (2020). Pengaruh Atribut Halal Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah (Survey Pada Karyawan PT. Barclay Products Jakarta) Paska. *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Sosial*. 1(46), 34-39.
- Sudrajat, M. R. N., & Triwardhani, I. J. (2022). Hubungan Penggunaan Brand Ambassador Dengan Minat Beli Produk. *Bandung Conference Series : Communication Management*. Vol. 2 No. 2.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung : Alfabeta.
- Susanto, M. (2023). Pengaruh Fitur, Citra Merek, dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Smartphone Samsung. *Jurnal Ekonomi Dan Manajemen Bisnis (EMaBi)*. Vol. 2 No. 1.
- Tjiptono, F., & Diana, A. (2020). *Pemasaran*. Yogyakarta: Penerbit ANDI.
- Top Brand Index. (2022). *Top Brand Index. Kategori Perawatan Pribadi Lipstik*. Retrieved from <https://www.topbrand-award.com/top-brand-index/>.
- Viva Cosmetics. (2021). *Viva Cosmetics*. Retrieved from <https://vivacosmetic.com/id/>.
- Wardani, A. A. K., & Istiyanto, B. (2022). Pengaruh Brand Ambassador, Brand Image, Dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Kasus CO-Branding Samsung X BTS). *Edunomika*. Vol. 06 No. 01.
- Wicaksono, R. B., & Prastyono, H. P. (2020). Analisis Pengaruh Promosi, Citra Merek, Dan Kepercayaan Merek Terhadap Minat Beli Ulang Air Minum Dalam Kemasan Merek Santri Di Surabaya. *Jurnal* Retrieved from <https://repository.upnjatim.ac.id>.
- Wiguna, I., & Agustina., & Trarintya, M. (2022). Pengaruh Digital Marketing Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen. *Jurnal Manajemen, Kewirausahaan dan Pariwisata*. Vol. 2 No. 2.