

DAFTAR PUSTAKA

- Andini, P. N., & Lestari, M. T. (2021). PENGARUH BRAND AMBASSADOR DAN BRAND IMAGE TERHADAP MINAT BELI PENGGUNA APLIKASI TOKOPEDIA Praditha Nurul Andini 1 , Martha Tri Lestari S . Sos ., MM 2 Abstrak A . Pendahuluan Saat ini masyarakat sebagai konsumen di era modern ini cenderung memiliki kebias. *Prodi S1 Hubungan Masyarakat, Fakultas Komunikasi Dan Bisnis, Universitas Telkom*, 8(2), 2074–2082.
- Anggraini, R. D., & Ulfah, M. (2023). Minat Beli Masyarakat Batam Ditinjau Dari Brand Ambassador Dan Brand Image Pada Marketplace Shopee. *Jurnal Bisnis Mahasiswa*, 3(4), 336–346. <https://doi.org/10.60036/jbm.v3i4.art4>
- Ani, J., Lumanauw, B., & Tampenawas, J. L. A. (2021). Pengaruh Citra Merek, Promosi Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada E-Commerce Tokopedia Di Kota Manado the Influence of Brand Image, Promotion and Service Quality on Consumer Purchase Decisions on Tokopedia E-Commerce in Manado. *663 Jurnal EMBA*, 9(2), 663–674.
- Annisa, Zuhirsyan, M., & Marpaung, M. (2020). Pengaruh Brand Awareness , Brand Image , Media Communication Terhadap Minat Memilih Produk BNI Syariah Medan. *Jurnal Bilal (Bisnis Ekonomi Halal)*, 1(1), 15–24.
- Erni Yunaida. (2019). Pengaruh Brand Image (Citra Merek) Terhadap Loyalitas Konsumen Produk Oli Pelumas Evalube di Kota Langsa. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan*, 6(2), 801.
- Fatma, N., Irfan, N. F., & Latiep, I. F. (2021). Analisis Keputusan Pembelian Produk Menggunakan Persepsi Harga dan Kualitas Produk. *SEIKO: Journal of Management & Business*, 4(2), 533–540.
- Faturohman, I. (2021). Faktor yang Mempengaruhi Minat Beli terhadap Makanan Halal. Studi pada Konsumen Muslim di Indonesia. *Polban*, 2(1), 882–893.
- Fitria Yuniarti, I., Ilmu Kesehatan Masyarakat, F., Sriwijaya Indralaya Ogan Ilir, U., & Selatan, S. (n.d.). *Pengaruh Kualitas Sistem, Kualitas Informasi, Kualitas Pelayanan pada Kepuasan Pengguna dan Dampaknya pada Manfaat Bersih (Penelitian terhadap Sistem Informasi Surveilans Penyakit Tidak Menular di Kota Palembang)*.
- Ghozali. (2017). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS*. Universitas Diponegoro.

- Idawati, I. A. A., & Pratama, I. G. S. (2020). Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Kinerja dan Keberlangsungan UMKM di Kota Denpasar. *Warmadewa Management and Business Journal (WMBJ)*, 2(1), 1–9. <https://doi.org/10.22225/wmbj.2.1.1644.1-9>
- Kristanto, H., & Pudjoprastyono, H. (2021). Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek terhadap Minat Beli Laptop Acer pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur. *Jurnal STEI Ekonomi*, 30(02), 11–19. <https://doi.org/10.36406/jemi.v30i02.462>
- Linardi, R. L., Goh, T. S., Julitawaty, W., & Syawaluddin, S. (2022). Pengaruh Perilaku Konsumen dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Beli pada PT. Mulia Cipta Abadi Medan. *Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi*, 22(3), 1645. <https://doi.org/10.33087/jjubj.v22i3.2665>
- Mamesah, P. R. E. (2020). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Hotel Lucky Inn Manado*. 1(2), 302. <https://doi.org/10.52423/bujab.v1i2.9562>
- Mamonto, Tumbuan, & Rogi. (2021). Analisis Faktor-Faktor Bauran Pemasaran (4P) Terhadap Keputusan Pembelian Pada Rumah Makan Podomoro Poigar Di Era Normal Baru. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 9(2), 110–121.
- Mardiyah, U., & Nora, L. (2020). Peran Brand Ambassador Dalam Menentukan Pengaruh Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen Nature Republic Di Indonesia). *Jurnal Muhammadiyah Manajemen Bisnis*, 4.
- Ni Komang Ana Tri Handayani, Ni Putu Nita Anggraini, P. K. R. (2021). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk Dan Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Pelanggan Dalam Pembelian Produk Furniture Kayu Jati Bali Rahayu (Studi Penelitian Ud Bali Rahayu Badung). *Jurnal Emas*, 2(1), 51–70.
- Panji Eka Prasetyo. (2016). *Brand Ambassador Dan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Yang Dimediasi Oleh Citra Merek (Studi Kasus Pada XL AXIATA Di Pelajar Dan Mahasiswa Yogyakarta)*. Universitas Negeri Yogyakarta.
- Poluan, F. M. A., Mandey, S. L., & Ogi, I. W. J. (2019). Strategi Marketing Mix dalam Meningkatkan Volume Penjualan (Studi pada Minuman Kesehatan Instant Alvero). *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 7(3), 2969–2978.

- POPMAMA. (2024, May 3). *Tzuyu TWICE Ungkap Arti Kecantikan Sesungguhnya, Bukan Sekadar Fisik! Artikel ini telah tayang di popmama.com dengan judul "Tzuyu TWICE Ungkap Arti Kecantikan Sesungguhnya, Bukan Sekadar Fisik!"* <https://www.popmama.com/life/fashion-and-beauty/sania-chandra/tzuyu-twice-ungkap-arti-kecantikan-sesungguhnya-bukan-sekadar-fisik?page=all>.
- Purwanza, S. W., Wardhana, A., Mufidah, A., Renggo, Y. R., Hudang, A. K., Setiawan, J., & Darwin. (2022). Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Kombinasi. In *Media Sains Indonesia* (Issue March).
- Rahmadani, A., & Anggarini, Y. (2021). Pengaruh Korean Wave dan Brand Ambassador pada Pengambilan Keputusan Konsumen. *Telaah Bisnis*, 22(1), 59. <https://doi.org/10.35917/tb.v22i1.225>
- Rahmawati, I., & Hidayah, I. N. N. (2021). Analisis Experiential Marketing, Perceived Quality Dan Advertising Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Kopi Good Day Cappuccino. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 2(3), 843–848.
- Rante, N. S. (2023). Pengaruh Brand Ambassador dan Brand Image Terhadap Minat Beli Oreo Blackpink di Jakarta Timur. *Jurnal Ekonomi Bisnis Antartika*, 1(1), 1–8.
- Sangadji, E. M., & Sopiha. (2015). *Perilaku Konsumen. Pendekatan Praktis. Disertai : Himpunan jurnal penelitian. textbook manajemen 2013*.
- Saputri, O. A., & Pudjoprastyono, H. (2024). The Influence of Brand Ambassadors, Brand Image, and Product Quality on Buying Interest in Viva Cosmetics Brand Lipstick Products in Surabaya City. *COSTING : Journal of Economics, Business and Accounting*, 7(3), 4442–4449.
- Siregar, A. M., & Aslami, N. (2022). Analisis Faktor-Faktor Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian . *Mimbar Kampus: Jurnal Pendidikan Dan Agama Islam*, 21(2), 96–103. <https://doi.org/10.47467/mk.v21i2.884>
- Sugiyono. (2020). PENGARUH SERTIFIKASI DOSEN DAN MOTIVASI TERHADAP KINERJA DOSEN PADA SEKOLAH TINGGI MULTI MEDIA YOGYAKARTA. *Jurnal Ilmiah Produksi Siaran*, 6, 1.
- Sundari, R. (2022). Meningkatkan Minat Beli Produk Online Shop Shopee Melalui Celebrity Endorser. *Jurnal Bisnis Kompetitif*, 1(3), 226–234. <https://doi.org/10.35446/bisniskompetitif.v1i3.1194>
- Tarigan, P. S., Wahyono, D., Kusumawardhani, T., Sairdama, S. S., & Nugraha, A. R. (2023). Pengaruh Digital Marketing dan Brand Image Terhadap Minat Beli

Produk Kosmetik Make Over. *JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi)*, 9(4), 1431–1439. <https://doi.org/10.35870/jemsi.v9i4.1352>

Wulandari, C. (2019). Pengaruh brand ambassador terhadap keputusan pembelian smartphone Oppo F3 di Samarinda. *Jurnal Ilmu Manajemen Mulawarman*, 3(4), 1–15.

Yustika Aulia H, Citra Savitri, & Suroso. (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.