

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul, D., Mubarak, A., Studi, P., Sekolah, M., Ilmu, T., Indonesia, E., & Beli, M. (2016). *Pengaruh Celebrity Endorsement terhadap Minat Beli Konsumen*. 15(3), 61–76.
- Anggi, V. F., & Soesanto, H. (2016). *ANALISIS PENGARUH DAYA TARIK IKLAN DAN SELEBRITI ENDORSER PADA PROMO AdaAQUA TERHADAP MINAT BELI AMDK MEREK AQUA DENGAN CITRA MEREK SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (Studi Kasus pada Mahasiswa S1 di Jawa Tengah dan DIY)*. 5, 1–15.
- Ariama, C. (2018). *PENGARUH IKLAN DAN WORD OF MOUTH TERHADAP*. 6(2), 487–497.
- Febriani, R., & Khairuzi, M. abdi. (2020). *ANALISIS PENGARUH CELEBRITY ENDORSER / BRAND AMBASSADOR , HARGA DAN DESAIN PRODUK YANG DIMEDIASI OLEH CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI*. 3(1).
- Kasmadi, & N, S. (2014). No Title. *Panduan Modern Penelitian Kuantitatif*. Alfabeta.
- Listyawati, I. H., & Produk, D. (2016). *PERAN PENTING PROMOSI DAN DESAIN PRODUK*. III(1), 62–70.
- Lupiyoadi, R., & Bramulyaikhshan, R. (2015). *Praktikum Metode Riset Bisnis* (Rosidah (ed.)). Salemba empat.
- Mardiani, A. S., & Wardhana, A. (2018). *PENGARUH BRAND AMBASSADOR TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN BANDUNG KUNAFE CAKE THE EFFECT OF BRAND AMBASSADOR TOWARDS BUYERS INTEREST OF BANDUNG KUNAFE CAKE*. 5(2), 2577–2583.
- Muhajirin, Pustaka, T., Pemikiran, K., & Hipotesis, D. A. N. (2012). No Title. 9–42.
- Putra, A., & Konsumen, B. (2017). *Pengaruh iklan dan kepercayaan merek terhadap minat beli konsumen*. 4(1), 1–11.
- Reven, D., Terhadap, M., Reven, D., & Ferdinand, A. T. (2017). (*Studi Pada Pelanggan Nesty Collection Jakarta*). 6, 1–15.
- Rizki, N. (2019). *Pengaruh Desain Produk dan Merek Terhadap Minat Beli (studi kasus pada konsume sepatu Ellen Queen Cibaduyut Bandung)*. 25–66.
- Satrio Muharam, Ashari Diponegoro, U. (2011). *Analisis pengaruh desain kemasan produk dan daya tarik iklan terhadap brand awareness dan dampaknya pada minat beli konsumen*.
- Soehardi. (2019). *Strategi Pemasaran Bisnis Pariwisata Di Kota Davao*,

Filipina. *Jurnal Ilmiah Manajemen Ubhara*, 1(2), 1–13.
<https://doi.org/DOI: http://dx.doi.org/10.31599/jmu.v1i2.674>

Soehardi. (2020). Pengaruh Bunaken Brand, Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Turis Domestik Dan Asing di Provinsi Sulawesi Utara. *Jurnal Ilmiah Manajemen Ubhara*, 1(1), 9–19. <https://doi.org/DOI: http://dx.doi.org/10.31599/jmu.v2i1.732>

sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Manajemen*. Alfabeta.

sugiyono. (2014). No Title. *Metode Penelitian Kombinasi*. Alfabeta.

Vol, I. (2016). *Pengaruh brand ambassador terhadap minat beli konsumen md clinic by lazeta*. X, 141–152.

Yusuf, M., Tinggi, S., Ekonomi, I., & Keluarga, Y. (2017). *Pengaruh Endorsement , Desain Produk , dan Informasi Produk Terhadap Minat Beli Produk Fashion di Instagram*.

