

Referensi

Jurnal

- Adila, S. N., & Aziz, N. (2019). *Pengaruh Strategi Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Yang Dimediasi Oleh Minat Beli Pada Konsumen Restoran Kfc Cabang Khatib Sulaiman Padang*. 1–16.
<https://doi.org/10.31219/osf.io/dqb9m>
- Afriyanti, T., & Rahmidani, R. (2019). Pengaruh Inovasi Produk, Kemasan, Dan Variasi Produk Terhadap Minat Beli Ice Cream Aice Di Kota Padang. *Jurnal Ecogen*, 2(3), 270. <https://doi.org/10.24036/jmpe.v2i3.7333>
- Agnes Dwita Susilawati ... Fetalia Haryanti Anugrah. (2021). Pengaruh Brand Image, Brand Ambassador, Word OfMouth dan Testimony In Social Media terhadap Keputusan Pembelian Hijab Sulthanah di Kota Tegal. *DIALEKTIKA : Jurnal Ekonomi Dan Ilmu Sosial*, 6(1), 35–43.
<https://doi.org/10.36636/dialektika.v6i1.470>
- Al, F. M. M. et. (2019). Pengaruh Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Pada Matahari Department Store Manado Town Square. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 9(1), 35. <https://doi.org/10.35797/jab.9.1.2019.23529.35-42>
- Andarista, F. ... 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.
- Andrian. (2019). Digital Marketing dan Ragam Produk pada Minat Beli Konsumen Toko Online Shopee (Studi Kasus pada Mahasiswa Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya Angkatan 2016). *Ekspektra : Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 3, 14–24.
<https://doi.org/10.25139/ekt.v3i1.1430>
- Anwar, & Hamid. (2019). *stuctural equation modeling (SEM) Berbasis Varian* (P. I. P. Indonesia (ed.)).
- Apriany, A., & Gendalasari, G. G. (2022). Pengaruh Kesadaran Merek Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk AMDK SUMMIT. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 10(1), 105–114.
<https://doi.org/10.37641/jimkes.v10i1.1278>
- Ardiningrum, R. U. A. F. M. E. A. R. (2020). *Pengaruh Brand Ambassador*. 2507(February), 1–9.



- Arianty, N., & Andira, A. (2021). Pengaruh Brand Image Dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Produk Helm LTD (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara). Pendekatan. *Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 4(1), 897.
- Cahyani, K. I. ... Artikel, I. (2016). Pengaruh Brand Awareness dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian. *Management Analysis Journal*, 5(4), 281–288.
- cicil ratnasari, siti nurjanah. (n.d.). PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MIE INSTAN MEREK MIE SEDAAP SERTA IMPLIKASINYA TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DI PERUMAHAN PEKAYON BEKASI SELATAN. 2019, 07(2).
- Compas. (2022). 10 Brand Skincare Lokal Terlaris di Online Marketplace. <https://compas.co.id/article/brand-skincare-lokal-terlaris/>
- Daulay, R., & Mujiatun, S. (2021). The Appeal Of Advertising And Word Of Mouth To Online Shopping Interests On Shopee Application. *International Journal Reglement & Society (IJRS)*, 2(1), 45–53. <https://doi.org/10.55357/ijrs.v2i1.86>
- Devita, V. D. (n.d.). *Produk Skincare yang Paling banyak di tonton*. <https://iprice.co.id/trend/insights/produk-skincare-mana-yg-paling-banyakditonton-di-tiktok/>
- E.Fransisca. (2018). Pengaruh brand awareness dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian. *Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 53(9), 1689–1699.
- Firdayanti, A. (2022). Literature Review Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli: Promosi Dan Endorsement. ... *Pendidikan Dan Ilmu ...*, 3(1), 301–313. <https://dinastirev.org/JMPIS/article/view/865>
- Hair, J. ... Black, W. (2010). Multivariate Data Analysis.pdf. In *Australia : Cengage: Vol. 7 edition* (p. 758).
- HANIF, J. A. F. M. (2021). *PENGARUH BRAND IMAGE DAN CELEBRITY ENDORSEMENT TERHADAP MINAT BELI DAN KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PRODUK SKINCARE MS GLOW DENGAN MINAT*.
- Hilmawan, I. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Konsumen Sepeda Motor Vario Di Kota Serang). *Jurnal Elektronik Rekaman (Riset Ekonomi Bidang Manajemen Dan Akuntansi) Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Galileo*, 3 (3), 154–166.
- Image, P. B. ... Beli, M. (2018). *Pengaruh brand image , kualitas, persepsi harga dan variasi produk terhadap minat beli konsumen sarung gajah duduk di kabupaten pekalongan*. 7(2001), 1–9.

- Irvanto, O., & Sujana, S. (2020). Pengaruh Desain Produk, Pengetahuan Produk, Dan Kesadaran Merek Terhadap Minat Beli Produk Eiger. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 8(2), 105–126.
<https://doi.org/10.37641/jimkes.v8i2.331>
- Jamaludin, A. ... Hidayat, K. (2015). Pengaruh Promosi Online Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Pada Pelanggan Aryka Shop Di Kota Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)|Vol, 21(1)*.
www.antaraneews.com
- Jecky, J., & Erdiansyah, R. (2021). Pengaruh Iklan Media Sosial Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian. *Prologia*, 5(2), 307.
<https://doi.org/10.24912/pr.v5i2.10199>
- Kamilah, G. (2017). *Pengaruh Labelisasi Halal Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli*. 6.
- Kotler, P. dan K. dan L. K. (2009). *Manajemen Pemasaran* (edisi 13).
- Kotler, & Philip. (1998). *Manajemen Pemasaran : Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian* (Prenhalindo (ed.); 2nd ed.). Hendro Teguh dan Ronny A. Rusli.
- Lailiya, N. (2020). Pengaruh Brand Ambassador Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Di Tokopedia. *IQTISHADEquity Jurnal MANAJEMEN*, 2(2), 113. <https://doi.org/10.51804/iej.v2i2.764>
- Lestari, & Novitaningtyas. (2021). Pengaruh Variasi Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Beli Ulang Konsumen pada Coffeerville-Oishi Pan Magelang. *Jurnal Nasional Manajemen Pemasaran & SDM*, 2(3), 150–159.
<https://doi.org/10.47747/jnmpsdm.v2i3.374>
- Maulani. (2021). *Pengaruh Brand Image , Brand Awareness , Dan Promosi*. 81–98. <http://eprints.umpo.ac.id/4015/8/lampiran.pdf>
- Muhtarom, A. ... Rismayati, R. D. (2022). Analisis Citra Merek, Harga, Kualitas Produk, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Dimediasi Minat Beli. *Derivatif : Jurnal Manajemen*, 16(1), 36–47.
<https://www.fe.ummetro.ac.id/ejournal/index.php/JM/article/view/749>
- Munte, F., & Polewangi. (2022). Pengaruh Harga , Variasi Produk Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Keripik Singkong Saat Pandemi COVID-19 Di UKM Cap Rumah Adat Minang Medan Cap Rumah Adat Minang Medan. *Ilmiah Teknik Mesin Dan Industri (JITMI)*, 1(1), 53–68.
<https://doi.org/10.31289/jitmi.v1i1.1222>
- Ningsih, D. N., & Hidayat, C. W. (2017). Pengaruh Strategi Promosi Dan Social Media Terhadap Minat Beli. *Journal Riset Mahasiswa Manajemen*, 6(1), 1–6.

- Nuhajati, M. S. M., & Wahono, B. (2019). Pengaruh Brand Origin, Brand Ambassador dan Brand Image terhadap Minat Beli Parfum Axe. *E-Jurnal Riset Manajemen*, 35–50. www.fe.unisma.ac.id
- Prakasa, R., & Purwanto, H. (2022). *Pengaruh Varian Produk Dan Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening (Studi Empiris Pada Coffe Shop Di Kota Madiun). September.*
- Rachmawati, S. D., & Andjarwati, A. L. (2020). Pengaruh Kesadaran Merek dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian. *E-Journal Ekonomi Bisnis Dan Akuntansi*, 7(1), 25. <https://doi.org/10.19184/ejeba.v7i1.14849>
- Rahmansyah, M. ... Harisandi, Y. (2022). *PENGARUH KERAGAMAN PRODUK DAN KEPERCAYAAN KONSUMEN DALAM MENENTUKAN MINAT BELI KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA TOKO SEJAHTERA DI MANGARAN. 1(6)*, 1234–1248.
- Repi, O. W. ... Wenas, R. S. (2020). Pengaruh Bauran Promosi, Kesadaran Merek Dan Persepsi Nilai Terhadap Minat Beli Di Bukalapak Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Sam Ratulangi Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 8(4), 110–119.
- Samosir, L. S. ... Nurfebrianing, S. (2016). Effects of the Use of Dewi Sandra As Wardah Brand Ambassador on the Decision To Purchase Wardah Cosmetics in Bandung. *Jurnal Sositologi, 15(2)*, 234–240.
- Santoso, D. A. ... Pribadi, M. A. (2019). Pengaruh Brand Awareness dan Brand Image terhadap Minat Beli Produk Kecantikan Innisfree. *Prologia*, 2(2), 286. <https://doi.org/10.24912/pr.v2i2.3589>
- Sari, D. C. ... Sangadji, S. S. (2021). Manajemen Pemasaran. *Cv. Media Sains Indonesia, 1*, 1–38. www.penerbit.medsan.co.id
- Sari, S. P. (2020). Hubungan Minat Beli Dengan Keputusan Pembelian Pada Konsumen. *Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 8(1), 147. <https://doi.org/10.30872/psikoborneo.v8i1.4870>
- Setiawan, R. (2018). Pengaruh Media Iklan Televisi, Citra Merek dan Kesadaran Merek Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 2(1), 69–79.
- Sterie, W. G. ... Soepono, D. (2019). Pengaruh Brand Ambassador dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk PT. Telesindo Shop Sebagai Distributor Utama Telkomsel di Manado. *Jurnal EMBA*, 7(4), 3139–3148.
- Sugiyono. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D (Kedua)*. Penerbit Alfabeta, Bandung.

- Sujarweni, V. W. (2014). *METODELOGI PENELITIAN*. PUSTAKABARUPRESS.
- Sulistyorini, R. (2018). *PENGARUH KUALITAS PRODUK, VARIASI PRODUK, KESESUAIAN HARGA, CITRAMEREK DAN KESADARAN MEREK DALAM UPAYA MENINGKATKAN KEPUTUSAN PEMBELIAN (STUDI KASUS PADA STRADA COFFEE SEMARANG)*. 7, 1–11.
- Sulthoni, Budi, A. (2021). *PENGARUH KESADARAN MEREK DAN WORD OF MOUTH TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DENGAN DI MEDIASI MINAT BELI KONSUMEN*.
- Sunardi, P. N. ... Pembelian, K. (2022). *DETERMINASI KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI MINAT BELI*: 3(3), 302–315.
- Sunarsi, D. (2021). *KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN SEPEDA MOTOR HONDA. 1*.
- Supriyadi, S. ... Nugraha, G. I. K. (2017). Pengaruh Kualitas Produk Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 4(1), 74–85. <https://doi.org/10.26905/jbm.v4il.1714>
- Tanady, E. S., & Fuad, M. (2020). Analisis Pengaruh Citra Merek dan Kualitas layanan Terhadap Keputusan Pembelian Tokopedia di Jakarta. *Manajemen Pemasaran*, 9(021), 113–123.
- Tarigan, N. (2020). Pengaruh Electronic Word of Mouth dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian di Tokopedia. *Pengaruh Electronic Word of Mouth Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Di Tokopedia*, 2, 1–67.
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran*. Andi.
- Trio Aldo, O., & Widarko, A. (2018). *Pengaruh Word Of Mouth, Brand Image dan Atribut Brand Ambassador Fiersa Besari Terhadap Keputusan Pembelian Produk Eiger Di Malang (Studi Pada Mahasiswa Manajemen Unisma 2018)*. 50–62. www.fe.unisma.ac.id
- Tutia, I., & Najib, M. F. (2019). Pengaruh Citra Merek dan Kesadaran Merek Terhadap Minat Beli Sport Hijab. *Prosiding Industrial Research Workshop and ...*, 697–705. <https://jurnal.polban.ac.id/ojs3.1.2/proceeding/article/view/1501>
- Wasil, M. (2018). Pengaruh Brand Awareness, Brand Association, dan Percieved Quality. *Forum Ekonomi*, 19(2), 137. <https://doi.org/10.29264/jfor.v19i2.2120>
- Wijaya, S. N. C. (2020). Pengaruh Celebrity Endorsement Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Brand Image Pada Produk Sportswear Merek Under Armour. *Agora*, 8(2).

- Willy Abdillah, J. H. (2015). Partial Least Square (PLS): alternatif structural equation modeling (SEM) dalam penelitian bisnis. *Yogyakarta: Penerbit Andi*, 103=150.
- Wiwaha, R. P. (2022). *7 Top Brand Mie Instan Goreng Terlaris : Mie Viral Best Wok Masuk Top 3, Ungguli Lemonilo*. Kompas.Co.Id.
<https://kompas.co.id/article/mie-instan-goreng>
- Yelvita, F. S. (2022). No Title העינים לנגד שבאמת מה את לראות קשה הכי. *הארץ*, 8.5.2017, 2003–2005.
- Yıldırım, S. (2018). *PENGARUH SOCIAL MEDIA MARKETING, BRAND AWARENESS TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DENGAN MINAT BELI SEBAGAI VARIABEL INTERVENING*. 21, 1–9.

