

DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah. (2021, December 19). *Metode Survey*. Retrieved 21 April 2021, from Eumus Rumus: <https://rumusrumus.com/metode-survey/>.
- Akramiah, N., Hastari, S., & Maulana Sari, I. (2021). *The Effect Of Brand Ambassador And Celebrity Endorser On Consumer Purchase Interest Of Le Minerale On Students Faculty Of Economics, Merdeka University, Pasuruan*. 3(1), 65-73.
- Aletheia Rabbani. (2021, July 29). *Pengertian Minat Beli, Aspek, Faktor, Indikator dan Tahapannya*. Retrieved 12 April 2022, from Sosial79 : <https://www.sosial79.com/2021/07/pengertian-minat-beli-aspek-faktor.html>
- BPS Kota Bekasi. (2020, September). *Jumlah Penduduk Kota Bekasi (Jiwa), 2018-2020*. Retrieved 21 April 2022, from Bekasi kota: <https://bekasikota.bps.go.id/indicator/12/29/1/jumlah-penduduk-kota-bekasi.html>
- Budiman, V., Loisa, R., & Pandrianto, N. (2018). *Peran Brand Ambassador Pada Iklan Dalam Membangun Brand Awareness (Studi Kasus Iklan Youtube LG G7 ThinQ BTS)*. 2 (2), 546-553.
- Desi Lestari, E., & Gunawan, C. (2021). *Pengaruh E-Wom Pada Media Sosial Tiktok Terhadap Brand Image Serta Dampaknya Pada Minat Beli*. 1(2), 75-82.
- Enre, A. E., Hutagalung, D., Simbolon, H. A., & Ong, M. T. (2020). *Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian CV Obor Pematangsiantar*. 4(1), 322-332.
- Ferdiana Fasha, A., Robi, M. R., & Windasari, S. (2022). *Determinasi Keputusan pembelian Melalui Minat Beli: Brand Ambassador dan Brand Image*. 3(1). 30-42.
- Fitrianto, E. M., . N., & . I. (2020). *Brand Ambassador Performance and the Effect to Consumer Decision Using VisCAP Model on Online Marketplace in Indonesia*. *Sriwijaya International Journal of Dynamic Economics and Business*. 4(1), 21-30.
- Goenawan, F., & Monica, V. (2020). *Efektivitas Penggunaan Brand Ambassador Laneige Dalam Model VisCAP*. 8(2), 223-231.
- Harahap, L. (2020, June 30). *Analisis SEM (Structural Equation Modelling) Dengan SmartPLS (Partial Least Square)*. Retrieved 14 April 2022 from Wali Songo: <https://fst.walisongo.ac.id/analisis-sem-structural-equation-modelling-dengan-smartpls-partial-least-square/>

- Harys. (2020, August 9). *Tahapan Penelitian*. Retrieved 13 April 2022, from Jopglass: <https://www.jopglass.com/tahapan-penelitian/>
- Hayati Rina. (2020, November 11). *Pengertian Data Primer, Kelebihan, Kekurangan, dan Contohnya*. Retrieved 22 April 2022, from Penelitian ilmiah: <https://penelitianilmiah.com/data-primer/>
- Herdiansyah, C., Welsa, H., & Cahyani, P. D. (2021). Mandar: Management Development and Applied Research Journal. *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli Sebagai Variabel Intervening*. 3(1), 83-89.
- Hestanto. (2019, March 31). *Keputusan Pembelian*. Retrieved 12 April 2022, from Hestanto: <https://www.hestanto.web.id/keputusan-pembelian/>
- Hidayat, A. (2018, August 25). *Partial Least Square (PLS), Pengertian, Fungsi, Tujuan, Cara*. Retrieved 14 April 2022, from Statistikian: <https://www.statistikian.com/2018/08/pengertian-partial-least-square-pls.html>
- Ilmi, S., Pawenang, S., & Setya Marwati, F. (2020). *Pengaruh Choi Siwon Sebagai Brand Ambassador, Brand Image dan Cita Rasa Terhadap Keputusan Pembelian Mie Korean Spicy Chicken*. 4(1), 103-113.
- Indrianna Meutia, K., Widjarnarko, W., Ekonomi dan Bisnis, F., & Bhayangkara Jakarta Raya, U. (n.d.). Journal of Technopreneurship on Economics and Business Review. *Dampak Brand Image dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Miniso*. 2(2), 75-87.
- Iswanto Andrean. (2021). *Pengaruh Perbedaan Karakteristik Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen RuangGuru*. 9(1), 380-391.
- Khairani, K. (2018). The Effect of Brand Image and Food Safety on the Purchase Decision of Samyang Noodles Product To The Students of Faculty of Economics and Business of University of North Sumatra Medan. *International Journal on Language, Research and Education Studies*, 2(2), 266–280.
- Khairuddin Indra. (2021, November 14). *Indonesia Jadi Market Penghasil Konten Kpop Terbanyak di TikTok*. Retrieved 14 April 2022 from Techbiz: <https://techbiz.id/2021/11/indonesia-jadi-market-penghasil-konten-kpop-terbanyak-di-tiktok/amp/>
- Kharisma, L., & Hutasuhut, S. (2019). *Peran Mediasi Minat Beli Pada Pengaruh Brand Ambassador dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian*. 8(3), 197-215.
- Kholida Qothrunnada. (2021, November 22). *Pengertian Variabel dan Jenisnya dalam Penelitian*. Retrieved 21 April 2022 from Detik.Com: <https://www.detik.com/edu/detikpedia/d-5821887/pengertian-variabel-dan->

jenisnya-dalam-
penelitian#:~:text=Variabel%20merupakan%20pengelompokan%20secara%
20logis,tingkat%20umur%20dari%20objek%20penelitian.

Kusnandar, V. B. (2019, July 3). *Inilah 10 Negara dengan Konsumsi Mi Instan Terbesar Dunia 2018*. Retrieved 14 April 2021 from Katadata:
<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/07/03/inilah-10-negara-dengan-konsumsi-mi-instan-terbesar-dunia-2018>

lalamove. (2020, October 16). *Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen dalam Membeli Barang*. Retrieved 12 April 2022 from Lalamove:
<https://www.lalamove.com/id/blog/faktor-yang-mempengaruhi-keputusan-konsumen>

Lestari, H. (2018). *Pengaruh Brand Ambassador dan Korean Wave Terhadap Citra Merek Serta Dampaknya Pada Keputusan Pembelian*. 2(2), 150-164.

Manis, S. (2019, January 4). *Pengertian Minat Beli, Aspek, Dimensi, Tahapan dan Faktor yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen Lengkap*. Retrieved 13 April 2022 from Pelajaran: <https://www.pelajaran.co.id/pengertian-minat-beli-aspek-dimensi-tahapan-dan-faktor-yang-mempengaruhi-minat-beli-konsumen/>

Moka. (2020, August 18). *4 Jenis Perilaku Pembelian yang Wajib Diketahui Pemilik Usaha*. Retrieved 12 April 2022 from Mokapos:
<https://blog.mokapos.com/jenis-perilaku-pembelian>

Muchlisin Riadi. (2018, December 22). *Aspek, Jenis, Tahapan dan Faktor yang Mempengaruhi Minat Beli*. Retrieved 12 April 2022 from Kajianpustaka:
<https://www.kajianpustaka.com/2018/12/aspek-jenis-tahapan-dan-faktor-yang-mempengaruhi-minat-beli.html>

Muchlisin Riadi. (2019, March 26). *Pengertian, Karakteristik dan Manfaat Brand Ambassador*. Retrieved 13 April 2022, from Kajianpustaka:
[https://www.kajianpustaka.com/2019/03/pengertian-karakteristik-dan-manfaat-brand-ambassador.html#:~:text=Menurut%20Royan%20\(2004\)%2C%20brand,biasanya%20seorang%20selebriti%20yang%20terkenal](https://www.kajianpustaka.com/2019/03/pengertian-karakteristik-dan-manfaat-brand-ambassador.html#:~:text=Menurut%20Royan%20(2004)%2C%20brand,biasanya%20seorang%20selebriti%20yang%20terkenal)

Muchlisin Riadi. (2021, April 9). *Citra Merek (Brand Image) - Pengertian, Aspek, Komponen dan Pengukuran*. Retrieved 13 April 2022 from Kajianpustaka:
<https://www.kajianpustaka.com/2021/04/citra-merek-brand-image.html>

Ningsih, S., & Pradanawati, L. (2021). The Influence of Brand Image, Price and Promotion on Purchase Decision (Case Study on Gea Geo Store). *Business and Accounting Research (IJEBA) Peer Reviewed-International Journal*, 5(3), 1-12.

- Novansa, H., & Ali, H. (2017). *Saudi Journal of Humanities and Social Sciences Purchase Decision Model: Analysis of Brand Image, Brand Awareness and Price (Case Study SMECO Indonesia SME products)*. 2(8), 621-632.
- Obitooo. (2020, October 12). *Pengertian Teori Dan Model Konseptual*. Retrieved 13 April 2022, from Sewakarya: <https://sewakarya.blogspot.com/2020/10/pengertian-teori-dan-model-konseptual.html>
- Pahlevi. (2019, December 31). *Faktor yang Mempengaruhi Minat Beli*. Retrieved 12 April 2022, from Pahlevi: <https://www.pahlevi.net/faktor-yang-mempengaruhi-minat-beli/>
- Pradana, D., & Hudayah, S. (2017). *Pengaruh harga kualitas produk dan citra merek brand image terhadap keputusan pembelian motor*. 14(1), 16–23.
- Priantana, A. P., & Istiyanto, S. B. (2019). Strategi Manajemen Brand Ambassador Artis pada Industri Kuliner di Purwokerto. *Warta ISKI*, 2(02), 133–139.
- Purbohasuti, A. wahyuni, & Hidayah, A. A. (2020). Meningkatkan Minat Beli Produk Shopee Melalui Celebrity Endorser. *Jurnal Bisnis Terapan*, 4(1), 37–46.
- Ramadoni, W. (2020). *Pengaruh Promosi OVO Terhadap Minat Beli dan Keputusan Pembelian Pada Pengguna OVO*. 3(1), 1-7.
- Ridwan Karim. (2021, May 5). *Definisi Operasional : Tujuan, Manfaat dan Cara Membuat*. Retrieved 21 April 2022, from Penerbit buku deepublish: <https://penerbitbukudeepublish.com/definisi-operasional/>
- Salangka, D. B. M., Massie, J. D. D., Billy, D., Salangka, M., Massie, J. D. D., Tampenawas, J. L. A., Ekonomi, F., Bisnis, D., Universitas, J. M., & Ratulangi, S. (2017). Pengaruh Kelompok Acuan dan Brand Image Terhadap Minat Beli Smartphone the Influence of Reference Group and Brand Image on Buying Interest of Smartphone. *Jurnal EMBA*, 5(3), 3714–3723.
- Salmaa. (2021, August 16). *Desain Penelitian: Pengertian, Jenis, dan Contoh Lengkap*. Retrieved 13 April 2022, from Penerbit deepublish: <https://penerbitdeepublish.com/desain-penelitian/#:~:text=Menurut%20Silaen%20desain%20penelitian%20adalah,dalam%20perencanaan%20dan%20pelaksanaan%20penelitian.>
- Satria, A. A. (2017). Pengaruh Harga, Promosi, dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Perusahaan A-36. In *Performa: Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*. 2(1), 45-53.
- Sofia. (2021, December 4). *Apa Sih Hipotesis Itu? Ini Contohnya Biar Kamu Tau*. Retrieved 13 April 2022, from Media Indonesia: <https://mediaindonesia.com/humaniora/451460/apa-sih-hipotesis-itu-ini->

contohnya-biar-kamu-
tau#:~:text=Menurut%20Zikmund%2C%20hipotesis%20penelitian%20adala
h,jawaban%20atas%20pertanyaan%2Dpertanyaan%20penelitian.

- Solihin, D., & Setiawan, R. (2021). The Influence of Brand Image and Atmosphere Store on Purchase Decision for Samsung Brand Smartphone with Buying Intervention as Intervening Variables. *International Journal of Social Science and Business*, 5(2), 262–270.
- Sriyanto, A., & Kuncoro, W. A. (2019). *Pengaruh Brand Ambassador, Minat Beli, Dan Testimoni Terhadap Keputusan Pembelian*. 8(1), 21-34.
- Sugiyono. (2018). Populasi dan Sampel. In *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D* (pp. 80–91).
- Suhatman, M. R. S. P. N. N. (2020). *Pengaruh Atribut Produk dan Promosi Terhadap Minat Beli Konsumen Kota Pariaman di Toko Online Shopee*. 1(2), 26-41.
- Sunarsi, D. (2020). The Influence of Product Mix, Promotion Mix and Brand Image on Consumer Purchasing Decisions of Sari Roti Products in South Tangerang. In *Pinisi Discretion Review*. 3(2), 165-174.
- Tinggi, S., Ekonomi, I., Sibolga, A.-W., Bate', M. M., & Nasional, P. (2019). Pengaruh Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Di Toko Kaos Nias Gunungsitoli. *Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah*, 2(2), 313-324.
- Vanya Karunia Mulia Putri. (2022, February 11). *Tahap Proses Keputusan Pembelian Konsumen*. Retrieved 12 April 2022, from Kompas: <https://www.kompas.com/skola/read/2022/02/11/120000069/tahap-proses-keputusan-pembelian-konsumen>
- Venessa, I., & Arifin, Z. (2017). Pengaruh Citra Merek (Brand Image) dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Survei pada Mahasiswa Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang Tahun Angkatan 2013/2014 dan 2014/2015 Pengguna Kartu Pra-Bayar Simpati). In *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*. 51(1), 44-48.
- Widjanarko, W., Raya Jl Raya Perjuangan, J., Mulya, M., Utara, B., & Barat, J. (2020). Pengaruh Kualitas Produk Smartphone Terhadap Keputusan Pembelian di Masa Pandemi Covid-19. 20(3), 261-268.