

DAFTAR PUSTAKA

- Abin, D. G., Mandagi, D. W., & Pasuhuk, L. S. (2022). Influence of brand image on customer attitude, intention to purchase and satisfaction: the case of start-up Brand Pomie Bakery. *Enrichment: Journal of Management*, 12(5), 3908–3917.
<https://enrichment.iocspublisher.org/index.php/enrichment/article/view/960>
- Ahmad, M., Tumbel, T. M., & ... (2020). Pengaruh Citra Merek Terhadap Minat Beli Produk Oriflame Di Kota Manado. *Jurnal Administrasi Bisnis ...*, 10(1), 25–31.
<https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/jab/article/view/28826%0Ahttps://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/jab/article/download/28826/28141>
- Al Farisi, S., Saroh, S., & Hardati, R. N. (2020). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen Pada E-Commerce Lazada (Studi Pada Mahasiswa Universitas Islam Malang Pengguna Marketplace Lazada). *Jiagabi*, 9(2), 377–385. <http://www.apjii.or.id>
- Amalia et al., 2022. (2022). Pengaruh Brand Ambassador, Brand Image, Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Mie Instan Pada Remaja. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 10(4), 1227–1236.
- Amin, A. M., & Johansen. (2022). Pengaruh Citra Merek Dan Inovasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian DanKepuasan Konsumen Kopi Kapal Api Di Kota Pekanbaru. *INVEST : Jurnal Inovasi Bisnis Dan Akuntansi*, 3(1), 89–107.
<http://journal.al-matani.com/index.php/invest/index>
- Andarista, F., Santi Hariyani, D., & Ula Ananta Fauzi, R. (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*, 01(02), 36–44.
- Arviyanda, R., Fernandito, E., & Landung, P. (2023). Analisis Perbedaan Bahasa dalam Komunikasi Antarmahasiswa. *Jurnal Harmoni Nusa Bangsa*, 1(1), 67.
<https://doi.org/10.47256/jhnb.v1i1.338>
- Awalya, S. S., Winarso, W., & Anas, H. (2023). PENGARUH CITRA MEREK, HARGA, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP MINAT BELI PRODUK SUNSCREEN “MEREK AZARINE” (Pada Generasi Z Bekasi). *Jurnal Economina*, 2(10), 2704–2721.
<https://doi.org/10.55681/economina.v2i10.895>
- Basari, M. M. D., & Shamsudin, M. F. (2020). Does customer satisfaction matters? *Journal of Undergraduate Social Science and Technology*, 2(1), 2710–6918.
<https://www.abrn.asia/ojs/index.php/JUSST/article/view/59>

- Cahyani, N. kadek amik sri. (2023). *PENGARUH BRAND IMAGE, BRAND AMBASSADOR, DAN PROMOSI ONLINE TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN DI ERA PANDEMI COVID-19 PADA PRODUK MS GLOW CABANG TEGES*. 6.
- Cerar, J., Nell, P. C., & Reiche, B. S. (2021). The declining share of primary data and the neglect of the individual level in international business research. *Journal of International Business Studies*, 52(7), 1365–1374. <https://doi.org/10.1057/s41267-021-00451-0>
- Cesariana, C., Juliansyah, F., & Fitriyani, R. (2022). Model Keputusan Pembelian Melalui Kepuasan Konsumen Pada Marketplace. *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(1), 211–224.
- Chamila Rahma, S., & Prabowo, B. (2024). Pengaruh Brand Awareness dan Brand Ambassador terhadap Loyalitas Konsumen Melalui Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening: Studi pada Konsumen Air Minum Crystalin di Kota Gresik. *Reslaj: Religion Education Social Laa Roiba Journal*, 6(5), 2782–2795. <https://doi.org/10.47476/reslaj.v6i5.1923>
- Fabiana Meijon Fadul. (2019). pengaruh Self efficacy, Motivasi, Social support terhadap burnout akademik pada mahasiswa secara. *Jurnal Stei*, 2020, 43–54.
- Fadilla, Z., Taqwin, Ketut, M., Ardiawan, N., Eka, M., Ummul, J., Zaini, P., Abdullah Lawang, K., & Jannah, M. (2023). *METODOLOGI PENELITIAN KUANTITATIF*.
- FAUZI, A. S. N. (2023). *PENGARUH BRAND IMAGE, BRAND AMBASSADOR, BRAND AWARENESS DAN BRAND LOYALTY TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK ERIGO (Studi pada Konsumen Erigo Mahasiswa Malang)*. *Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri (Uin) Maulana Malik Ibrahim Malang*, 5–24. [http://repo.iain-tulungagung.ac.id/5510/5/BAB 2.pdf](http://repo.iain-tulungagung.ac.id/5510/5/BAB%202.pdf)
- Fauziah, N., & Aziz Mubarak, D. A. (2019). Pengaruh Citra Merek Terhadap Minat Beli : Studi Pada Produk Kecantikan. *Image : Jurnal Riset Manajemen*, 8(1), 37–44. <https://doi.org/10.17509/image.v8i1.22686>
- Fitriahningsih, A. S. C. (2020). *Pengaruh Brand Ambassador Terhadap Minat Beli Dengan Citra Merek Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Pengguna Aplikasi Shopee Di Kota Makassar)*. Universitas Hasanuddin.
- Gabriel, J., Sambo, E., Rachmi, A., Pemasaran, M., Niaga, A., & Malang, P. N. (2024). *Pengaruh Brand Ambassador Dan Brand Image Terhadap Impulsive Buying Pada Produk Oreo X Blackpink Studi Kasus Pada Mahasiswa Politeknik Negeri Malang*. 02(02), 606–614.

- Gassing, S. S., & Taufik, W. (2023). Pengaruh Brand Ambassaador Ziva Magnolya Terhadap Minat Beli. *Ikon --Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 29(1), 67–72. <https://doi.org/10.37817/ikon.v29i1.2927>
- Gunardi, C. G., & Erdiansyah, R. (2019). Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Restoran Mangkok Ku. *Prologia*, 3(2), 456. <https://doi.org/10.24912/pr.v3i2.6387>
- Hadini, S. T. (2023). *PENGARUH PERILAKU PROSOSIAL TERHADAP SUBJECTIVE WELL- BEING GENERASI-Z SUKU SUNDA DI JAWA BARAT*. 1–23.
- Hadita, H. (2022). Model Citra Merek Melalui Kepuasan Pelanggan Bear Brand: Harga Dan Kualitas Produk. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 3(3), 329–346. <https://doi.org/10.31933/jimt.v3i3.837>
- Hair, J. F., Sarstedt, M., & Ringle, C. M. (2021). Partial Least Squares Structural Equation Modeling. In *Handbook of Market Research* (Issue July). https://doi.org/10.1007/978-3-319-57413-4_15
- Haralayya, B. (2021). Customer Satisfaction at M/s Sindol Bajaj Bidar. *Iconic Research And Engineering Journals*, 4(12), 157–169. <https://irejournals.com/formatedpaper/1702792.pdf>
- Husen, A. (2023). Strategi Pemasaran Melalui Digital Marketing Campaign Di Toko Mebel Sakinah Karawang. *Jurnal Economina*, 2(6), 1356–1362. <https://doi.org/10.55681/economina.v2i6.608>
- Izzuddin, A., & Muhsin, M. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 6(1), 72–78. <https://doi.org/10.32528/jmbi.v6i1.3536>
- Kholifah Nur. (2023). *Model Peningkatan Organizational Performance Melalui Islamic Leadership Dan Organizational Learning Culture*.
- Kumala, E. F., Widodo, J., & Zulianto, M. (2022). The Effect Of Using The K-Pop Idol Ambassador Brand And Company Brand Image On Purchase Decisions On The Marketplace Shopee. *Jurnal Ilmu Manajemen Profitability*, 6(1), 1–5. <https://doi.org/10.26618/profitability.v6i1.6949>
- Kurniawan, B. W., & Saputra, B. M. (2022). Brand Ambassador Dan E-Word Of Mouth Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Konsumen Melalui Keputusan Pembelian pada Marketplace Indonesia. *Aksara: Jurnal Ilmu Pendidikan Nonformal*, 8(3), 1967. <https://doi.org/10.37905/aksara.8.3.1967-1976.2022>
- Lahay, S. I., & Wolok, T. (2020). Pengaruh Citra Merek Terhadap Minat Beli Produk Pembalut Wanita Merek Softex (Studi Kasus Pada Kalangan Mahasiswi Jurusan Manajemen Universitas Negeri Gorontalo). *Jurnal Ilmiah*

Manajemen Dan Bisnis , 3(2), 45.

Larassati, N. (2022). *PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK, DAN GAYA HIDUP TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN IPHONE DENGAN MINAT BELI SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (Studi Kasus Pada Mahasiswa/i Perguruan Tinggi di Bekasi)*. 1–23.

Mahendra, A. F., & Kusdiyanto. (2024). *Pengaruh Brand Ambassador , Brand Image dan Harga terhadap Minat Beli Pelanggan E-EcommerceShopee (Kasus Pengguna Shopee)*. 7, 65–74. <https://doi.org/10.26858/jekpend.v7i2.64979>

Mauliddiyah, N. L. (2021). *PERAN SIKAP PADA IKLAN DALAM MEMEDIASI PENGARUH BRAND AMBASSADOR TERHADAP MINAT BELI PRODUK MIE SEDAAP GORENG KOREAN SPICY CHICKEN*. 2(2), 6.

Mekotonda, M. Y. (2023). *PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, CITRA MEREK DAN PROMOSI TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN STUDI KASUS PADA KEDAI KOPI AZA DI RAWALUMBU KOTA BEKASI*. *SENTRI: Jurnal Riset Ilmiah*, 1(3), 17–34. <file:///C:/Users/User/Downloads/28.+Naskah+Skripsi+Minarni-Selesai.pdf>

melisa warni harahap. (2023). *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen Pada Rumah Makan Holat Binanga Padang Lawas Ditinjau Dalam Perspektif Islam Skripsi*. 1–126.

Nanda Nurfadilah, L. K. F. (2023). *PENGARUH KOREAN WAVE, BRAND AMBASSADOR DAN BRAND AWARENESS TERHADAP BRAND IMAGE SERTA DAMPAKNYA PADA KEPUTUSAN PEMBELIAN*. 4.

Naura, S. S., & Tjahjaningsih, E. (2024). *Pengaruh Keragaman Produk, Brand Ambassador, Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Dan Dampaknya Niat Beli Ulang (Studi Pada Pembelian Produk 3Second Di Semarang)*. *Jesya*, 7(2), 1436–1444. <https://doi.org/10.36778/jesya.v7i2.1533>

Novelia, Azazi, A., Purnomo, B. B., Rosnani, T., & Hendri, M. I. (2023). The influence of korean celebrities as brand ambassador and product quality on purchase decision with brand image as the mediating variable on Scarlett Whitening. *Enrichment: Journal of Management*, 13(5), 174–185.

Prihatiningsih, B. E., & Susanti, A. (2023). Mufakat Mufakat. *Jurnal Ekonomi Akuntansi, Manajemen*, 2(2), 91–107.

Purwanza, S., Wardana, A., Mufidah, A., Renggo, Y., Hudang, A., Setiawan, J., Damanik, D., Badi'ah, A., Sayekti, S., Fadillah, M., Nugrohowardhani, R., Amruddin, Saloom, G., Hardiyani, T., Banne, S., Priskusanti, R., & Rasinus. (2022). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Kombinasi*.

Purwanza, W. S. (2022). *METODOLOGI PENELITIAN KUANTITATIF*,

KUALITATIF DAN KOMBINASI.

- Putra, P. (2021). Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan Produk Mie Sedaap. *Jurnal Kewirausahaan*, 8(1), 72.
- Putri, F. R. (2021). *PENGARUH KEPEMIMPINAN, MOTIVASI DAN KOMITMEN ORGANISASI TERHADAP KINERJA KARYAWAN BAGIAN PRODUKSI PT. TRIAS SENTOSA, TBK. SKRIPSI.*
- Rahmah, C. A. (2020). , Dengan Jumlah Sampel Yaitu 87 Orang. *Jurnal Manajemen Tools*, 12(2), 30–44.
- Ramlawati, R., & Lusyana, E. (2020). Pengaruh Celebrity Endorsement Dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Produk Kecantikan Wardah Pada Mahasiswi Hpmm Cabang Maiwa Di Makassar. *Jurnal Manajemen & Organisasi Review (Manor)*, 2(1), 65–75. <https://doi.org/10.47354/mjo.v2i1.181>
- Saputra, A. L., & Aprilia, T. (2023). Pengaruh Citra Merek Terhadap Minat Beli Konsumen. *Journal of Innovation in Management, Accounting and Business*, 2(1), 1–7. <https://doi.org/10.56916/jimab.v2i1.344>
- Sari Dewi, L. G. P., Edyanto, N., & Siagian, H. (2020). The Effect of Brand Ambassador, Brand Image, and Brand Awareness on Purchase Decision of Pantene Shampoo in Surabaya, Indonesia. *SHS Web of Conferences*, 76, 01023. <https://doi.org/10.1051/shsconf/20207601023>
- 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>
- Senoaji, S. M. (2022). *CITIZENSHIP BEHAVIOR DI KARYAWAN PT SHARP SEMICONDUCTOR THE INFLUENCE OF CAREER DEVELOPMENT AND WORK MOTIVATION TOWARDS ORGANIZATIONAL CITIZENSHIP BEHAVIOR AT PT SHARP SEMICONDUCTOR INDONESIA.*
- Siahaan, M., & Octarina, Y. (2021). Tingkat Produktivitas Dan Absensi Terhadap Pengaruh Gaji Yang Diterima Pegawai Tenaga Kerja Kontrak (TKK) (Studi Di Lingkungan Dinas Pendidikan Kota Bekasi). *Mpu Procuratio : Jurnal Penelitian Manajemen*, 3(2), 437–445.
- Siti Maryam Bolen, & Ratnawaty Marginingsih. (2024). Pengaruh Brand Ambassador dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk Lemonilo. *CiDEA Journal*, 3(1), 89–104. <https://doi.org/10.56444/cideajournal.v3i1.1782>
- Sunuan Nailufar. (2021). *the Influence of Brand Image on Consumers' Buying Interest of Citilink Airline Flight From Pontianak To Surabaya.*

Suryawirawan, O. A., Suhermin, S., & Shabrie, W. S. (2022). Service Quality, Satisfaction, Continuous Usage Intention, and Purchase Intention Toward Freemium Applications: the Moderating Effect of Perceived Value. *Jurnal Ekonomi Bisnis Dan Kewirausahaan*, 11(3), 383. <https://doi.org/10.26418/jebik.v11i3.57483>

Wardhana, A. (2024). *MINAT BELI KONSUMEN* (pp. 86–102).

