

## DAFTAR PUSTAKA

- A.A.Suharto, C., Tumbel, A. L., & Trang, I. (2016). *Analisis Pengaruh Citra Merek, Harga, Dan Daya Tarik Iklan Terhadap Minat Beli Konsumen Pada PT. Remaja Jaya Mobilindo Manado. Jurnal EMBA*, 4(3), 209–221.
- Ajzen, I. 1991. *The Theory of Planned Behavior. Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50: 179-211.
- Akbar, S. M. (2019). *Pengaruh Kredibilitas Endorser, Daya Tarik Iklan, Dan Efektivitas Iklan Terhadap Minat Beli (Studi Pasta Gigi Sasha Siwak di Kota Makassar)*. Universitas Negeri Islam Alaudin, Makassar.
- Amilia, S. (2017). *Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Xiaomi di Kota Langsa. Jurnal Manajemen Dan Keuangan*, 6(1).
- Arista, E. D. (2011). *Analisis Pengaruh Iklan, Brand Trust Dan Brand Image Terhadap Minat Beli Konsumen Telkom Speedy Di Kota Semarang*. 1–56.
- Astiyani, G. A. (2014). *Pengaruh Daya Tarik Iklan, Kreatifitas Iklan Dan Kredibilitas Endorser Terhadap Efektivitas Iklan Dan Minat Beli Pada Minuman Serbuk Buah Merek Nutrisari (Studi Pada Masyarakat Di Kota Malang)*. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 3(1), 13.
- Banirestu, Hening. (2020). *Lemonilo Kampanye Pentingnya Produk yang Sehat dan Aman*. *SWA Online*. Diperoleh pada 28 Juli 2020. Dari swa.co.id.
- Iwan, Kaman Nainggolan. (2017). *Pengaruh Celebrity Endorser, Brand Awareness Dan Harga Produk Terhadap Minat Beli Mie Sukses ( Studi Empiris Pada Penduduk Kecamatan Pinang-Kota Tangerang)*. *Jurnal Humaniora Universitas Bina Sarana Informatika*, XVII(2), 10.
- Jacob, A. A., Lapian, S. L. H. V. J., & Mandagie, Y. (2018). *Pengaruh Daya Tarik Iklan Dan Citra Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Chitato Chips Pada Mahasiswa FEB UNSRAT. Jurnal EMBA*, 6(2), 10.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Manajemen Pemasaran*. Edisi 12 Jilid 1&2. Jakarta: PT. Indeks.
- Lemonilo. (2021, 23 Desember). *Wikipedia*. Diakses tanggal 23 Desember 2021. Dari id.m.wikipedia.org.

- Lestari, A. P. (n.d.). *Pengaruh Celebrity Endorser , Brand Image dan Harga terhadap Minat Beli Konsumen pada Geprek Benu Kawi Malang Rusno Iva Nurdiana Nurfan ' d.* 1–5.
- Nurliana, F. (2008). *Pengaruh daya tarik iklan produk lux terhadap minat beli ulang konsumen.* 042214096.
- Oktafiana.S, F., & Subagio, H. (2015). Analisa Pengaruh Kredibilitas Endorse Dan Kreativitas Iklan Terhadap Sikap Terhadap Merek Melalui Efektifitas Sebagai Variabel Intervening ( Studi Iklan Line AADC ). *Jurnal Strategi Pemasaran*, 3(1).
- Peronika, N., Junaidi, & Muryadi, Y. (2020). *Brand image.* 10(1), 83–93.
- Qomariah, N., Mansur, M., & Slamet, A. R. (2020). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Kredibilitas Endorser Agnez Mo Terhadap Minat Beli Shampoo Clear (Studi Kasus Desa Kabaletan Kecamatan Sepulu Kabupaten Bangkala). *Jurnal Riset Manajemen*, 9(22), 164–180.
- Rahmah, N. (2015). *Pengaruh Kredibilitas Endorser Iklan Sensodyne Pada Sikap Konsumen (Terhadap Iklan dan Produk) dan Minat Beli Konsumen (Studi pada Mahasiswa Universitas Brawijaya Malang).* 33–43.
- Robby, M., & Andjarwati, A. L. (2016). Pengaruh Citra Merek Dan Persepsi Kualitas Terhadap Keputusan Pembelian Mc DONALD'S. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 4(3), 7.
- Salimun, & Sugiyanto. (2019). *Pengaruh Brand Image Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Rumah Makan BEGAL (Bebek Galak).* 563–577.
- Sari, R. (2018). *Pengaruh Daya Tarik Iklan Dan Harga Serta Citra Merek Terhadap Minat Beli Produk Indomie Real Meat Pada Mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Jember.* Universitas Jember.
- Sartika, B., & Sukirno, I. (2014). Pengaruh Kredibilitas Endorser Agnes Monica Dalam Iklan Kartu Prabayar Simpati di Televisi Terhadap Minat Beli Konsumen. *Bisnis & Manajemen*, 26 (2), 145–156.
- Seran, Y. P. (2016). *Pengaruh Citra Merek Terhadap Minat Beli Produk Mie Instan POP MIE.* Universitas Sanata Dharma Yogyakarta.
- Siyoto, S., & Sodik, M. A. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian.* Literasi Media Publishing.

- Sufa, F., & Munas, B. (2012). *Frekuensi Penayangan Iklan Terhadap Efektivitas Iklan Televisi Mie Sedap ( Survei Pemirsa Iklan Mie Sedap Pada Mahasiswa Kost di sekitar Kampus Undip , Tembalang )*. 1, 1–8.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Ully, Shella Rafiqah.(2020). Info Lemonilo. *Lemonilo*. Diperoleh pada 29 Desember 2020. dari <http://www.lemonilo.com>
- Umar, Husein, 2009. *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Wicaksono, S. A. (2015). *Pengaruh Merek Dan Desain Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Kasus Konsumen Sepeda Motor Honda CS One pada Dealer 54 Motor Pekalongan)* SKRIPSI. Universitas Negeri Semarang, Semarang.
- Widiyanto, S., Hidayati, N., & Milaningtyas, R. (2017). *Pengaruh Celebrity Endorsement, Kualitas Produk Dan Daya Tarik Iklan Di Media You Tube Terhadap Minat Beli (Studi Pada FEB Angkatan 2017 Unisma)*. 67–77.
- Yusuf, A. M. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif & Penelitian Gabungan*. Kencana.