

DAFTAR PUSTAKA

- Adisti, P., & Mudiantono. (2017). Pengaruh Kualitas Pesan Iklan, Kualitas Produk, Kesadaran Merek terhadap Minat Beli serta Citra Merek dan Sikap terhadap Merek sebagai Variabel Intervening. *Diponegoro Journal of Management*, 6, 1–13.
- Amilia, S. (2017). Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Xiaomi di Kota Langsa. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan Unsam*, 6(1), 660–669.
- Arifa, N., Hartono, & Robustin, T. P. (2018). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga serta Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah (Studi Kasus Mahasiswi STIE Widya Gama Lumajang). *Jurnal Riset Manajemen*, 1(1), 54–63.
- Astuti, M., & Amanda, A. R. (2020). Pengantar Manajemen Pemasaran. Deepublish.
- Bahri, S. (2018). *Metodologi Penelitian Bisnis Lengkap dengan Teknik Pengolahan Data SPSS* (E. Risanto (ed.)). ANDI.
- Br Sitepu, S. N. (2017). Pengaruh Faktor Internal terhadap Keberhasilan Start-Up Bisnis Di Kota Surabaya. *Jurnal Manajemen Teori Dan Terapan / Journal of Theory and Applied Management*, 10(1), 37.
- Budiwati, H. (2012). Implementasi Marketing Mix dan Pengaruhnya terhadap. *Jurnal WIGA*, 2(2), 29–44.
- Dharmesta, B. S., & Handoko, H. (2016). *Manajemen Pemasaran* (Pertama).
- Ferdinand, A. (2014). *Metode Penelitian Manajemen*. Badan Penerbit Universitas Semarang.
- Ferdinand, P. D. A. (2016). Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian untuk Skripsi, Tesis dan Disertasi Ilmu Manajemen. In *BP Undip 2*.
- Gundlach, M. J., Douglas, S. C., & Martinko, M. J. (2003). The Decision to Blow the Whistle: A Social Information Processing Framework. *Academy of Management Review*, 28(1), 107–123.
- Halim, N. R., & Iskandar, D. A. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Strategi Promosi Terhadap Minat Beli. *Jurnal Ilmu Dan Riset ...*, 4(3), 415–424.

- Indika, D. R., & Jovita, C. (2017). Media Sosial Instagram Sebagai Sarana Promosi untuk Meningkatkan Minat Beli Konsumen. *Jurnal Bisnis Terapan*, 1(01), 25–32.
- Kirana, L. C., Trijayanti, R. T., & Sari, Y. I. (2020). Pengaruh Zaskia Adya Mecca sebagai *Brand Ambassador* dalam Instagram Meccanismoofficialshop terhadap Brand Image Meccanismo. *Jurnal Apresiasi Ekonomi*, 8(2), 308–320.
- Kosasi, S. (2016). Perancangan Sistem Informasi Pemasaran Online untuk Memperluas Segmentasi Pasar Properti. *Jurnal VOI STMIK Tasikmalaya*, 5(2), 31–42.
- Kuncoro, M. (2018). *Metode Kuantitatif* (Kelima). Unit Penerbit dan Percetakan Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN.
- Lista, S. O., & Jamiat, N. (2021). Pengaruh Brand Ambassador Agnez Mo terhadap Minat Beli Konsumen Pada Lazada Di Kota Bandung. *EProceedings of ...*, 8(5), 5696–5713.
- Mahyarni, M. (2013). Theory of Reasoned Action dan Theory of Planned Behavior (Sebuah Kajian Historis tentang Perilaku). *Jurnal EL-RIYASAH*, 4(1), 13.
- Manap, A. (2016). *Revolusi Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Mardiana, N. R. (2019). Analisa Pengaruh Brand Ambassador, Citra Merek dan Kualitas Produk terhadap Minat Beli Produk Kosmetik Emina. *ISSN 2502-3632 (Online) ISSN 2356-0304 (Paper) Jurnal Online Internasional & Nasional Vol. 7 No.1, Januari – Juni 2019 Universitas 17 Agustus 1945 Jakarta*, 53(9), 1689–1699.
- Mardiani, A. S., & Wardhana, A. (2018). The Effect of Brand Ambassador towards Buyers Interest of Bandung Kunafe Cake. *Pengaruh Brand Ambassador Terhadap Minat Beli Konsumen Bandung Kunafe Cake*, 5(2), 2577–2583.
- Nasyatul K, A., & Subagyo. (2020). *Marketing terhadap Minat Beli Konsumen Innisfree*. 5(11), 42–58.
- Nawawi, A., & Maria Magdalena, A. S. (2021). Pengaruh Kualitas Produk,

Inovasi Produk, Dan Harga terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Di Cv Karoseri Laksana. *Journal of Management*.

Priansa, D. J. (2017). Komunikasi Pemasaran Terpadu pada Era Media Sosial / Donni Juni Priansa, S.Pd., S.E., M.M., QWP. In *Bandung: Pustaka Setia*.

Razak, I. (2019). Pengaruh Kualitas Produk terhadap. *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana*, 7(2), 7–8.

Retnowulan, J. (2017). Pengaruh Kualitas Produk dan Persepsi Harga terhadap Minat Beli Smartphone Xiaomi. *Jurnal Humaniora Universitas Bina Sarana Informatika*, 17(2), 139–145.

Riyanto, S., & Hatmawan, A. A. (2020). Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian Di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan Dan Eksperimen. In *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian Di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan Dan Eksperimen*.

Rizal, N., & Paramita Daniar, R. W. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif (Kedua)*.

Sabrina, N., Azwar, A., & Sofa, N. (2018). Pengaruh Kredibilitas Brand Ambassador Selebriti terhadap Keputusan Pembelian Produk pada Iklan Wardah Versi Dewi Sandra (Studi Kasus Mahasiswi Uin Jakarta Fakultas Ekonomi Dan Bisnis). *Epigram*, 14(2), 143–152.

Samosir, L. S., Putri, Y. R., & Nurfebriani, S. (2016). Pengaruh Penggunaan Brand Ambassador Dewi Sandra terhadap Putusan Pembelian Kosmetik Wardah Di Kota Bandung. *Jurnal Sioteknologi*, 15(2), 233–240.

Shinta, A. (2011). *Manajemen Pemasaran*. Malang: UB Press.

Sitorus, C. V., Maolana, A., & Se, H. (2019). Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk terhadap Minat Beli Iphone Di Bandung Tahun 2019. *E-Proceeding of Applied Science*, 5(2), 637–644.

Suasti Ningsih, C., Anah, L., Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Hasyim Asy, P., JIrian Jaya No, ari, Diwek, K., & Jombang, K. (2021). Pengaruh Brand Image, Kualitas Produk dan Harga terhadap Minat Beli Produk Oriflame (Studi Kasus Pada Mahasiswa di Universitas Hasyim Asy'ari Jombang). *BIMA : Journal of Business and Innovation Management*, 3, 165–184.

Sudarsono, H. (2020). *Manajemen Pemasaran*. Pustaka Abadi.

Sugiarto. (2017). *Metodologi Penelitian Bisnis* (Yeskha (ed.)).

- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*.
- Sugiyono. (2015). Metode Penelitian dan Pengembangan Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D. In *Metode Penelitian dan Pengembangan Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D*.
- Sugiyono. (2017). Metodologi Penelitian Bisnis: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi, dan R&D. In *Alfabeta*.
- Sunyoto, D. (2013). *Teori, Kuisisioner dan Analisis Data untuk Pemasaran dan Perilaku Konsumen (Pertama)*. Graha Ilmu.
- Sunyoto, D. (2015). *Strategi Pemasaran*. CAPS (Center For Academic Publishing Service).
- Sutrisno, N., & Haryani, A. D. (2017). Influence of Brand and Product Quality on Customer'S Buying Decision in South Cikarang Bekasi Regency. *Jurnal Lentera Bisnis*, 6(1), 85.
- Timothy, S. G. (2018). *Pengaruh Brand Ambassador Terhadap Brand Image Lakme Indonesia*. 1(1), 38–44.
- Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran - Prinsip, penerapan dan penelitian*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, F., & Diana, A. (2016). *Pemasaran Esensi dan Aplikasi*. In *Penerbit Andi*.
- Warni, Z. (2014). *Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Minat Beli Konsumen Kosmetik Wardah pada Gerai Kosmetik Careefour Palembang Square di Kota Palembang*. 97.
- Yuliantari, K., Oktiani, N., & Widayati, K. D. (2020). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Yuniarti, S. V. (2015). *Perilaku Konsumen Teori dan Praktik*. CV Pustaka Setia: Bandung.
- Yustiana, C., & Jamiat, N. (2021). Pengaruh Brand Ambassador terhadap Minat Beli Konsumen Shopee Segmentasi Pria Di Indonesia.(studi Pada Stray Kids Sebagai Brand Ambassador). *EProceedings ...*, 8(2), 1235–1243.