

DAFTAR PUSTAKA

- Ambarwati, M., Sunarti, & Mawardi, M. K. (2015). (*Survei Pada Mahasiswa Universitas Brawijaya Yang Menggunakan Pasta Gigi Pepsodent*). 25(1).
- Assauri, S. (2017). *Manajemen Pemasaran*. PT RajaGrafindo Persada.
- Cece, I. Sen. (2015). Pengaruh Brand Origin, Brand Ambassador dan Brand Image Terhadap Minat Beli Sepatu Macbeth di Sogo Galaxy Mall Surabaya. *Manajemen Kinerja*, 1(2), 101–110. <https://jurnal.narotama.ac.id/index.php/manajemenkinerja/article/view/86>
- Dhaefina, Z., AR, M. N., Pirmansyah, & Sanjaya, V. F. (2021). Pengaruh Celebrity Endorsement, Brand Image, Dan Testimoni Terhadap Minat Beli Konsumen Produk Mie Instan Lemonilo Pada Media Sosial Instagram. *Jurnal Manajemen*, 7(1), 43–48. <https://www.ejournal.lmiimedan.net/index.php/jm/article/view/131>
- Fandy Tjiptono. (2015). *Strategi Pemasaran* (Edisi 4). Andi Offset.
- Kertamukti, R. (2015). . *Strategi Kreatif dalam Periklanan: Konsep Pesan, Media, Branding, Anggaran*. PT RajaGrafindo Persada.
- Kurniawan, S. D. (2011). Analisis Pengaruh Brand Loyalty, Brand Image, Iklan Dan Perceived Quality Terhadap Minat Beli Konsumen XL Prabayar di Kota Surabaya. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen*, 1(1), 1–5. <http://journal.wima.ac.id/index.php/JUMMA/article/view/75>
- Lea-Greenwood, G. (2012). *Fashion Marketing Communications Ebook*. Somerset, NJ, USA: Wiley.
- Manap, A. (2016). *Revolusi Manajemen Pemasaran* (Edisi Pert). Mitra Wacana Media.
- Mince, D. A. K. (2021). Pengaruh Choi Siwon Sebagai Brand Ambassador Produk Mie Sedaap Korean Spicy Chicken Terhadap Minat Beli Konsumen Di Kalangan Kpoper Kota Medan. *Repository.Uma.Ac.Id*.

- Philip Kotler, K. L. K. (2009). *Manajemen Pemasaran* (kedua bela). PT Index. kelompok Gramedia.
- Pranata, A. (2020). *Pengaruh Cita Rasa, Harga Dan Kalitas Pelayanan Terhadap Loylitas Pelanggan Pada Minuman Chatime Di Mall Cenntre Point Medan.*
- Respati, W. D. (2017). Pengaruh Brand Ambassador, Brand Image, dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Produk Lipstik Wardah (Studi Kasus Pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember). *Journal of Undergraduate Thesis*, 1310411206, 1–7. <http://repository.unmuhjember.ac.id/1486/1/JURNAL.pdf>
- Rini, E. S., & Astuti, D. W. (2012). Pengaruh Agnes Monica Sebagai Celebrity Endorser Terhadap Pembentukan Brand Image Honda Vario. *Bisma Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 6(1), 1–12. www.kapanlagi.com
- Royan, F. M. (2014). *Marketing Celebrities*. PT Elex Media Komputindo,.
- Sandi Fatahillah. (2019). *Pengaruh Brand Ambassador, Brand Image, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Produk Eiger Adventure Di Kota Makassar.* 19–21.
- Shimp, T. A. (2014). *No Title*. Salemba Empat.
- Shohibul Munir, M., Nurhajati, & Wahono, B. (2016). Pengaruh Brand Origin, Brand Ambassador Dan Brand Image Terhadap Minat Beli Parfum AXE (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Jurusan Manajemen Universitas). *E – Jurnal Riset Manajemen Prodi Manajemen*, 82–94.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif*. ALFABETA.
- Yoganata, D. A. (2019). Pengaruh Terpaan Iklan Dan Brand Loyalty Terhadap Minat Beli Produk Samsung Galaxy. *Jurnal Inovasi Ilmu Sosial Dan Politik*, 1(2), 105. <https://doi.org/10.33474/jisop.v1i2.4791>