

## DAFTAR PUSTAKA

- Adinata, K. J. dan Yasa, K. N. . (2018) "Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Harga, dan Sikap terhadap Niat Beli Kembali di Situs Lazada," *E-Jurnal Manajemen*, 7(8), hal. 4153–4180. doi: 10.24843/EJMUNUD.2018.v7.i08.p5.
- Algifari (2010) *Analisis Regresi Teori, Kasus dan Solusi*. Edisi Kedu. Yogyakarta: Yogyakarta: BPFE UGM.
- Alma, B. (2013) *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Bandung: Alfabeta.
- Andreani, F., Gunawan, L. dan Haryono, S. (2021) "Sosial Media Influencer, Brand Awareness, and Purchase Decision Among Generation Z in Suarabaya," *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 23(1), hal. 18–26. doi: 10.9744/jmk.23.1.18-26.
- Antoni dan Herianto, M. (2017) "Pengaruh Brand Image dan Kepercayaan Merek terhadap Minat Beli Konsumen pada Produk Mobil Toyota Etios Valco (Studi pada PT. Agung Automall Pekanbaru)," *JOM FISIP*, 4(1), hal. 1–10. Tersedia pada: <https://jom.unri.ac.id/index.php/JOMFSIP>.
- Arietania, V. R. dan Dwiarta, I. M. B. (2020) "Pengaruh Brand Image, Product Quality, dan Product Knowledge terhadap Purchase Intention Pengguna Vans Sidoarjo," *Majalah Ekonomi*, 25(1), hal. 12–18. doi: 10.36456/majeko.vol25.no1.a2446.
- Bhara, A. M. dan Syahida, A. R. (2019) "Pengaruh Iklan "Shopee Blackpink Sebagai Brand Ambassador," *JISIP- Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*, 8(4), hal. 288–296. Tersedia pada: <https://publikasi.unitri.ac.id/index.php/fisip/article/vi>

ew/1962.

- Cece, I. S. (2015) "Pengaruh Brand Origin, Brand Ambassador dan Brand Image terhadap Minat Beli Sepatu Macbeth Di Sogo Galaxy Mall Surabaya," *E-Jurnal Manajemen KINERJA*, 1(2), hal. 101-109. Tersedia pada: <https://jurnal.narotama.ac.id/index.php/manajemenkinerja/article/view/86>.
- David dan Rangkuti, F. (2014) *Managemen Strategi*. Edisi sepuluhan. Jakarta: Jakarta: Salemba Empat.
- Deborah, W. dan Keni (2019) "Pengaruh Persepsi Kemudahan Berbelanja, Reputasi Website, Dan Kualitas Website Terhadap Minat Beli Online: Kepercayaan Sebagai Variabel Mediasi," *Jurnal Manajemen Bisnis dan Kewirausahaan*, 3(1), hal. 102-108. doi: <http://dx.doi.org/10.24912/jmbk.v3i1.4933>.
- Destiani, G. P. dan Saputri, M. E. (2020) "No Title," *e-Proceeding of Management*, 7(1), hal. 1219-1228. Tersedia pada: <https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/management/article/viewFile/13663/13403>.
- Dinnie, K. (2015) *Nation Branding: Concepts, Issues, Practice*. London: London: Rutledge. doi: <https://doi.org/10.4324/9781315773612>.
- Febrianto, D. M. (2020) *Pengaruh Brand Image Brand Trust Terhadap Minat Beli Konsumen Di PT. Pandu Persada Bandung* 2020. Tersedia pada: <https://openlibrary.telkomuniversity.ac.id/pustaka/>.
- Firmansyah, A. (2019) *Pemasaran Produk dan Merek (Planning & Strategy)*. Surabaya: Surabaya: CV Penerbit Qiara Media.
- Ghozali, I. (2016) *Analisis Multivariate dengan Program IBM*

SPSS 23. Edisi Dela. Semarang: Semarang: BP UNDIP.

- Hamzah, F. . (2018) "Pengaruh Brand Ambassador terhadap Minat Beli untuk Produk Indiehome pada Pt. Telekomunikasi Indonesia Tbk Kota Makassar," *CESJ:Center of Economic Studnets Journal*, 1(1), hal. 124-132. Tersedia pada: <https://mail.jurnal.fe.umi.ac.id/index.php/CESJ/article/view/154/89>.
- Hendayana, Y. dan Afifah, N. (2020) "Pengaruh Brand Ambassador dan Korean Wave terhadap Minat Belanja Online Melalui Marketplace Tokopedia," *KINERJA Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 3(1), hal. 32-46. doi: 10.34005/kinerja.v3i1.1285.
- Johannes, C. S. dan Siagian, V. (2021) "Pengaruh Brand Ambassador Kepercayaan dan Price Discount Terhadap Minat Beli di Aplikasi Tokopedia," *JPIM-Jurnal Penelitian Ilmu Manajemen*, 6(2), hal. 98-106. Tersedia pada: [http://jurnalekonomi.unisla.ac.id/index.php/jpim/article/view/690/pdf\\_32](http://jurnalekonomi.unisla.ac.id/index.php/jpim/article/view/690/pdf_32).
- Kotler dan Keller (2009) "Manajemen Pemasaran. Jilid I," in. Jakarta: Jakarta: Erlangga, hal. 181.
- Kotler, P. dan Amstrong, G. (2012) *Principles of Marketing*. New Jersey: Prentice Hall.
- Lea, G. G. (2013) *Fashion Marketing Communication E-book*. USA: USA: Somerset.
- Mardiani, A. S. dan Wardhana, A. (2018) "Pengaruh Brand Ambassador terhadap Minat Beli Konsumen Bandung Kunafe Cake," *e-Proceeding of Management*, 5(2), hal. 2577-2583. Tersedia pada: <https://openlibrary.telkomuniversity.ac.id/pustaka/144259/pengaruh-brand-ambassador-terhadap-minat-beli>

bandung-kunafe-cake.html.

- Maulana, Y. S. dan Alisha, A. (2020) "Inovasi Produk dan Pengaruhnya Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Kasus pada Restoran Ichi Bento Cabang Kota Banjar)," *INOVBIS-Jurnal Inovasi dan Bisnis*, 8(1), hal. 86-91. Tersedia pada: <http://ejournal.polbeng.ac.id/index.php/IBP/article/view/1313>.
- Ningrum, I. T. J. dan Nilowardono, S. (2016) "Pengaruh Event dan Brand Image terhadap Minat Beli Produk Rokok Sampoerna A Mild Pada Pt Hm Sampoerna Area Marketing Surabaya," *E-Jurnal Manajemen KINERJA*, 2(1), hal. 57-69. Tersedia pada: <https://jurnal.narotama.ac.id/index.php/manajemenkinerja/article/view/95>.
- Peter, J. P. dan Olson, J. C. (2013) *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran Terjemahan oleh Diah Tantri Dwiandani*. Edisi Semb. Jakarta: Jakarta: Erlangga.
- Priansa, D. J. (2017) *Perilaku Konsumen dalam Bisnis Kontemporer*. Bandung: Bandung: Alfabeta.
- Ridwanudin, R. dan Hanifa, F. H. (2019) "Pengaruh Brand Image dan Brand Trust Terhadap Minat Beli Konsumen Daihatsu Grand New Xenia Di Bandung Pada Tahun 2019," *eProceedings of Applied Science*, 5(2). Tersedia pada: <https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/appliedscience/article/view/10117>.
- Sangadji, E. M. dan Sopiah (2013) *Perilaku Konsumen – Pendekatan Praktis*. Yogyakarta: Yogyakarta: Andi Offset.
- Santoso, T. A. dan Mardian, I. (2020) "Pengaruh Brand Image dan Brand Trust Terhadap Minat Beli Pada Produk Avocad Mantul," *JurnalEtis - Jurnal Ekonomi Manajemen*

*dan Ilmu Sosial*, 1(1), hal. 28–35. Tersedia pada: <https://ejournal.stiebima.ac.id/index.php/etis/article/view/16/5>.

Sari, N. . dan Widowati, R. P. . (2014) “Hubungan Antara Kesadaran Merek, Kualitas Persepsian, Kepercayaan Merek dan Minat Beli Produk Hijau,” *Jurnal Manajemen Bisnis*, 5(1), hal. 60–79. Tersedia pada: <https://journal.umy.ac.id/index.php/mb/article/view/629>.

Sari, P. D. R., Manggabarani, A. S. dan Husniati, R. (2020) “Pengaruh Brand Image, Harga dan Kualitas Layanan Terhadap Minat Beli Produk Fashion Secara Online di Jakarta Studi Pada Situs Belanja Online Zalora,” *PROSIDING BIEMA*, 1, hal. 727–738. Tersedia pada: <https://conference.upnvj.ac.id/index.php/biema/article/view/920/537>.

Sugiyono (2017) *Pengantar Statistika*. Bandung: Bandung: Alfabeta.

Sugiyono (2018) *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Bandung: Alfabeta.

Sugiyono (2019) *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Bandung: Alfabeta.

Swasty, W. (2016) *Branding : Memahami dan Merancang Strategi Merek*. Bandung: Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.

Tjiptono, F. (2016) *Pemasaran Jasa*. Yogyakarta: Yogyakarta: Andi Offset.

Warusman, J. D. dan Untarini, N. (2016) “Pengaruh Citra Merek Dan Kepercayaan Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan,” *Jurnal Ilmu Manajemen*, 4(2), hal. 35–41.