

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, T. (2003). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : Rajawali Pers.
- Aptaguna, A., & Pitaloka, E. (2016). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Harga Terhadap Minat Beli Jasa Go-Jek. *Widyakala Journal*, 3(2012), 49.
<https://doi.org/10.36262/widyakala.v3i0.24>
- Assael, H. (2004). *Consumer Behaviour : A Strategic Approach*. New York : Houghton Mifflin.
- Bakti, U., Hairudin, & Alie, M. S. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Produk dan Harga Terhadap Minat Beli Pada Toko Online Lazada di Bandar Lampung. *Jurnal Ekonomi*, 22(1), 18.
<https://mediakonsumen.com/2018/05/14/sur>
- 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>
- Daryanto. (2011). *MANAJEMEN PEMASARAN*. PT Sarana Tutorial Nurani Sejahtera.
- Doucett, E. (2008). *Creating Your Library Brand*. USA : The American Library Association.
- Gitosudarmo, I. (2000). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: BPFE.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2014). Multivariat Data Analysis: Pearson New International Edition. In *Exploratory Data Analysis in Business and Economics*.
- Hamzah, F. F. (2018). Pengaruh Brand Ambassador Terhadap Minat Beli Untuk Produk Indiehome Pada Pt. Telekomunikasi Indonesia Tbk Kota Makassar. *CESJ : Center Of Economic Students Journal*, 1(1), 123–132.
<http://jurnal.fe.umi.ac.id/index.php/CESJ/article/view/154>
- Hardiansyah. (2011). *Kualitas Pelayanan Publik : Konsep, Dimensi, Indikator dan Implementasinya*. Yogyakarta: Gava Media.
- Hasyim, & Anindita, R. (2009). *Prinsip - Prinsip Dasar Metode Riset Bidang Pemasaran*. UIEU - University Press.
- Joewono, S., & Ramadoni, W. (2019). *Analisis Pengaruh Tampilan Antar Muka dan Kualitas Layanan Terhadap Minat Beli (Studi Kasus Pada Konsumen Go-Food Di Kota Malang Dan Surabaya)*. *Jurnal Eksekutif*, 16(1), 70–86.
- Kotler, & Keller. (2009a). *Manajemen Pemasaran* (Erlangga).
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009b). *Manajemen Pemasaran*. (13th Ed.). Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012a). *Manajemen Pemasaran* (Edisi 12). Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012b). *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Expedisi Di Surabaya*. Ilmu & Riset Manajemen.
- Latief, A. (2018). *Analisis Pengaruh Produk, Harga, Lokasi dan Promosi*

- terhadap Minat Beli Konsumen pada Warung Wedang Jahe (Studi Kasus Warung Sido Mampir di Kota Langsa). *Jurnal Manajemen Dan Keuangan*, 7(1), 90–99. <https://doi.org/10.33059/jmk.v7i1.756>
- Lea-Greenwood, G. (2012). *Fashion Marketing Communication*. USA : Wiley.
- Lupiyoadi, R. (2013). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Salemba Empat.
- Lupiyoadi, R., & Hamndani, A. (2006). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- Monica, E. (2018). *Pengaruh Harga, Lokasi, Kualitas Bangunan dan Promosi Terhadap Minat Beli Perumahan Taman Safira Bondowoso*. *International Journal of Social Science and Business*, 2(3), 141. <https://doi.org/10.23887/ijssb.v2i3.16214>
- Ningrum, N. S. (2016). *Pengaruh Brand Ambassador Terhadap Minat Beli Konsumen MD Clinic By Lazeta*. *Bisnis Dan Iptek*, 9(2), 141–152.
- Nst, M. F. R., & Yasin, H. (2014). *Pengaruh Promosi dan Harga Terhadap Minat Beli Perumahan Obama PT.Nailah Adi Kurnia Sei Mencrim Medan*. *Pontificia Universidad Catolica Del Peru*, 8(33), 44.
- Nulufi, K., & Murwatiningsih. (2018). *Minat Beli Sebagai Mediasi Pengaruh Brand Image Dan Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Batik Di Pekalongan (Studi Kasus pada Konsumen International Batik Center dan Pasar Grosir Setono)*. *Jurnal Manajemen*, 4(1 Mei), 1–134.
- Onggusti, V., & Alfonso, J. (2013). *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- R.A.P, M. M., & Iriani, S. S. (2014). *Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Minat Beli Konsumen Produk Batik Sendang Duwur Lamongan*. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 2(2), 687–699. <https://jurnalmahasiswa.unesa.ac.id/index.php/jim/article/download/10202/9971>
- Rini, A., & Hasyim, A. (2019). *Membangun Niat Beli Secara Online Melalui Kemudahan dan Kepercayaan Konsumen*. *Journal of Economic*, 10(November), 121–132.
- Royan, M. F. (2004). *Marketing Celebrities, Selebriti Dalam Iklan dan Strategi Selebriti Memasarkan Diri Sendiri*. Jakarta : Media Kumputindo.
- 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.
- Sistaningrum. (2002). *Manajemen Promosi Pemasaran*. Jakarta: Index.
- Sugiarto, B. U., & Subagio, H. (2014). *Analisa Pengaruh Produk, Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Store Atmosphere Terhadap Minat Beli Di Dream Of Khayangan Art Resto Surabaya*. *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*, 2(1), 1–14. <http://publication.petra.ac.id/index.php/manajemen-pemasaran/article/view/2318>
- Sunyoto, D., & Susanti, E. F. (2015). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Yogyakarta : CAPS (Center for Academic Publishing Service).
- Tjiptono, F. (2011). *Service Management Mewujudkan Layanan Prima*. Edisi 2. Yogyakarta: Andi.
- Yulianti, D. A. M. & A. L. (2017). *Pengaruh brand ambassador dian sastrowardoyo terhadap brand image produk makeup L’oreal Paris (studi*

pada konsumen L'Oreal kota Bandung). *Jurnal Riset Akuntansi Mercu Buana*, 3(1), 41. <https://doi.org/10.26486/jramb.v3i1.408>