

Daftar Pustaka

- Aaker, & David A. (1991). *Managing Brand Equity*. The Free Press.
- Agustini, W. D., & Rulirianto. (2019). Pengaruh kualitas produk dan harga terhadap minat beli di consina malang. *Jurnal Aplikasi Bisnis*, 5(2), 450–453.
- Ahmad, arman H., Idris, I., Mason, C., & Chow, S. K. (2019). The Impact of Young Celebrity Endorsements in Social Media Advertisements and Brand Image Towards the Purchase Intention of Young Consumers. *International Journal of Financial Research*, 10, 05.
- arif ad satria. (2017). PENGARUH HARGA, PROMOSI, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PADA PERUSAHAAN A-36. *Jurnal Manajemen Dan Start-up Bisnis*, 2(1).
- Astuti, riska ladya meitharani budi. (2016). □*pengaruh promosi online dan celebrity endorser terhadap minat beli konsumen tas online shop fani house*.
- Hair, J. et. al. (2010). *Multivariate Data Analysis (7th ed)*. pearson.
- Hidayat, A. (2013). *ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK, PROMOSI DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP MINAT BELI ULANG PELANGGAN VOUCHER ISI ULANG XL DI UNIVERSITAS SEMARANG*.
- Irma Dianita, D., & Arifin, Z. (2018). Pengaruh Brand Ekstensi Dan Brand Image Terhadap Minat Beli Iphone Di Kota Malang (Survei pada pengunjung Outlet OPPO Smartphone di Mall Plaza Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)|Vol, 64(1)*, 119–125.
- Jamaludin, A., Arifin, Z., & Hidayat, K. (2015). KEPUTUSAN PEMBELIAN (Survei Pada Pelanggan Aryka Shop di Kota Malang). *Pengaruh Promosi Online Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian*, 21(1), 1–8.
- Kevin Rizky Prtama. (2020). <https://tekno.kompas.com/read/2020/07/29/08291697/pemilik-ps-store-putra-siregar-ditangkap-diduga-jual-ponsel-ilegal>.
- Kosasih, A., & Liu, F. (2015). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Brand Image Dan Promosi Terhadap Minat Beli Pelanggan (Pada Populer Bakery). “*Journal of Economic and Bisnis*,” hal : 381.
- Kotler, & Amstrong. (2018). *prinsip prinsip pemasaran*. erlangga.
- Kotler, & Armstrong. (2004). *principles of marketing*. pearson education inc.
- Kotler p, & Keller. (2018). *Manajemen Pemasaran*. Erlangga.
- Kurniawan, G. (2020). *PENGARUH CELEBGRAM DAN BRAND IMAGE TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN SECARA ONLINE PADA MEDIA*. 5, 39–47.
- lamb. (2001). *Pemasaran*. Erlangga.

- Marius P. (2002). *Dasar-Dasar Pemasaran*. PT. RajaGrafindo Persada.
- Nurgayatri, A. R. (2016). Pengaruh Promosi Online Pada Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Brand Elmeira. *Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Universitas Telkom*, 3(1), 2679–2687.
- Purnama, I. (2020). Pengaruh Promosi Online Dan Endorserment Selebgram Terhadap Minat Beli Konsumen. *Youth & Islamic Economic Journal*, 1(2), 14–20.
- Rachmawati, M., & Hasbi, I. (2020). Pengaruh green marketing dan brand image terhadap minat beli amdk ades (Studi pada Konsumen Produk Air Minum dalam Kemasan Ades di Indonesia). *Jurnal Bisnis Dan Kajian Strategi Manajemen*, 4(1), 71–79.
- Sartika, D. (2017). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Ulang Produk You C 1000 Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Konsumen. *Jurnal Penelitian Ekonomi Dan Bisnis*, 2(1), 10–21. <https://doi.org/10.33633/jpeb.v2i1.2231>
- Satria, D. A., & Sidharta, H. (2017). Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Porkball. *Jurnal Manajemen Dan Start-up Bisnis*, 2(3), 398–408.
- Setiawan, W., & Safitri, K. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Minat Beli Ulang Beras Batang Gadis Di Agen S. Riyadi Melalui Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi)*, 3(3), 223–237. <https://doi.org/10.31955/mea.vol3.iss3.pp223-231>
- Tim. Reality. (2008). *Kamus Terbaru Bahasa Indonesia Dilengkapi Ejaan Yang Benar*. PT. Reality Publisher.
- Tondang, B. W. (2018). Pengaruh Promosi Dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Toko Sepatu Bata Mtc Giant Pekanbaru. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Utami, R. P., & Saputra, H. (2017). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Sayuran Organik Di Pasar Sambas Medan. *Niagawan*, 6(2). <https://doi.org/10.24114/niaga.v6i2.8334>
- Wirayanthi, N., & Santoso, S. (2019). *pengaruh harga, citra merek dan kualitas terhadap minat beli produk private label*. 24(3), 103–127.