

DAFTAR PUSTAKA

- Aditya, W. L., & Immanuel, D. M. (2020). Pengaruh Kualitas Produk Dan Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Calon Konsumen Cucu. *Performa*, 4(3), 360–371. <https://doi.org/10.37715/jp.v4i3.1648>
- Agustina, W., & Sari, W. P. (2021). Pengaruh Influencer Marketing Tiktok terhadap Brand Image Bittersweet by Najla. *Prologia*, 5(2). <https://doi.org/10.24912/pr.v5i2.10211>
- Aryudi, Y. B. (2021). Analisis Pengaruh Perceived Value, Promosi Penjualan Dan Influencer Marketing Terhadap Minat Pembelian (Studi Pada Pengguna Aplikasi Video Game Gratis). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB Universitas Brawijaya*, 9. <https://jimfeb.ub.ac.id/index.php/jimfeb/article/view/7694>
- Association of National Advertisers. (2018). Advertisers Love Influencer Marketing: ANA Study - Facebook and Instagram Are Most Popular Channels. In *Press Release (April 3)*. <https://www.ana.net/content/show/id/48437>
- Brown, D., & Hayes, N. (2008). *Influencer Marketing: who really influences your customers?* Elsevier. <https://doi.org/https://doi.org/10.4324/9780080557700>
- Campbell, C., & Farrell, J. R. (2020). More than meets the eye: The functional components underlying influencer marketing. *Business Horizons*, 63(4). <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2020.03.003>
- Carissa, T., & Aruman, A. E. (2019). Pengaruh Sales Promotion Dan Influencer Marketing Terhadap Minat Membeli Dalam Mobile Legends. *LONTAR: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 7(2), 45–55.
- Compas.co.id. (2021). *10 Brand Skincare Lokal Terlaris di Online Marketplace*. Compas.Co.Id. <https://compas.co.id/article/brand-skincare-lokal-terlaris/>
- Davidson, H. (1998). The next generation of brand measurement. *Journal of Brand Management*, 5(6). <https://doi.org/10.1057/bm.1998.33>
- Effendi, F., Hurriyati, R., & Wibowo, L. A. (2020). Analisis Pengaruh Celebrity Endorser dan Inovasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Oppo dengan Intervening Brand Image. *Jurnal Ilmu Manajemen Dan Bisnis*, 11(September). <https://doi.org/10.17509/jimb.v11i2.24444>
- Ferdinand, A. (2002). Pengembangan Minat Beli Merek Ekstensi. In *Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro*.
- Ferdinand, A. (2011). Metode Penelitian Manajemen Pedoman Penelitian untuk Penulisan Skripsi Tesis dan disertai Ilmu Manajemen. In *Semarang: Universitas Diponegoro*.
- Forbes, K. (2016). Examining the Beauty Industry's Use of Social Influencers. *Elon Journal of Undergraduate Research in Communications*, 7(2), 78–87. <https://www.elon.edu/u/academics/communications/journal/wp-content/uploads/sites/153/2017/06/Fall2016Journal.pdf#page=78>
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2010). Multivariate Data Analysis. In *Vectors*. <https://doi.org/10.1016/j.ijpharm.2011.02.019>

- Hariyanti, N. T., & Wirapraja, A. (2018). Pengaruh Influencer Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Digital Era Moderen (Sebuah Studi Literatur). *Jurnal Eksekutif*, 15(1).
- Hermanda, A., Sumarwan, U., & Tinaprillia, N. (2019). The Effect Of Social Media Influencer On Brand Image, Self-Concept, And Purchase Intention. *Journal of Consumer Sciences*, 4(2). <https://doi.org/10.29244/jcs.4.2.76-89>
- Hung, C. J. (2018). A study on the correlation among brand image, perceived risk, and purchase intention in food and beverage industry. *Revista de Cercetare Si Interventie Sociala*, 61(June).
- Hunger, J. D., & L. Wheelen, T. (2009). *Manajemen Strategis (2nd ed.)*. Andi.
- Husti, I., & Mahyarni, M. (2019). Islamic Leadership, Innovation, Competitive Advantages, and Performance of SMEs in Indonesia. *East Asia*, 36(4), 369–383. <https://doi.org/10.1007/s12140-019-09325-7>
- Kolopita, D. A., & Soegoto, A. S. (2015). Analisis Atribut dan Harga Terhadap Minat Beli Mobil Suzuki Ertiga di Kota Manado. *Jurnal EMBA*, 3(2), 12–24.
- Kotler, P. & Armstrong, G. (2008). Prinsip-Prinsip Pemasaran, Edisi 12, Jilid 1. *Manajemen Pemasaran*, 7.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). Prinsip-Prinsip Pemasaran. In Erlangga. Jakarta (13th ed., Vol. 01, Issue 01). Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). Marketing Management. In Pearson (15e ed.). Pearson Education Limited.
- Kurniawan, D. E. A., Pangestuti, E., & Devita, L. D. R. (2018). Pengaruh International Brand Image dan Persepsi Harga Minat Penggunaan Ulang (Survei pada Konsumen Layanan GrabCar di Kota Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 65(1).
- Kusumadewi, N., & Saraswati, T. G. (2020). Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Minat Beli Ulang Pada Official Store Scarlett Di Shopee Dan Tokopedia. *E-Proceeding of Management*, 7(2), 6476–6489.
- 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). <https://doi.org/10.33059/jmk.v7i1.756>
- Leksono, R. B., & Herwin, H. (2017). Pengaruh Harga Dan Promosi Grab Terhadap Brand Image Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen Pengguna Transportasi Berbasis Online. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 2(3). <https://doi.org/10.36226/jrmb.v2i3.72>
- Maulana, Y. S., & Alisha, A. (2020). Inovasi Produk dan Pengaruhnya Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Kasus pada Restoran Ichi Bento Cabang Kota Banjar). *Inovbiz: Jurnal Inovasi Bisnis*, 8(1), 86. <https://doi.org/10.35314/inovbiz.v8i1.1313>
- Maulana, Y. S., Hadiani, D., & Wahyuni, S. (2021). Pengaruh Penggunaan Influencer Instagram Terhadap Citra Merk dan Dampaknya Terhadap Peningkatan Penjualan. *Perwira Journal Of Economics & Business*, 1, 1–7. <https://doi.org/10.54199/pjeb.v1i2.47>

- Muhammad, A., Taufik, I., & Kunci, K. (2020). Pengaruh Persepsi Harga , Keterlibatan Produk , dan Tekanan Waktu terhadap Minat Beli Flash Sale di Shopee. *Jurusan Administrasi Niaga*, 26–27.
- Nastiti, D. M., Syavaranti, N., & Aruman, A. E. (2021). The Effect of Corporate Re-branding on Purchase Intention through The Brand Image of PT Pelita Air Service. *Journal of Consumer Sciences*, 6(1). <https://doi.org/10.29244/jcs.6.1.40-61>
- Plungpongpan, J., Tiangsoongnern, L., & Speece, M. (2016). University social responsibility and brand image of private universities in Bangkok. *International Journal of Educational Management*, 30(4). <https://doi.org/10.1108/IJEM-10-2014-0136>
- Prajogo, W., & Purwanto, E. (2020). The influence of advertising appeals on viral advertising, brand awareness, and purchase intention: The moderator role of hedonic personality. *JEMA: Jurnal Ilmiah Bidang Akuntansi Dan Manajemen*, 17(1). <https://doi.org/10.31106/jema.v17i1.5298>
- Prakarsa, S. (2021). Pengaruh Persepsi Harga dan Kualitas Produk terhadap Minat Beli Konsumen di Optic Sun's. *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Kewirausahaan*, 5(1). <https://doi.org/10.24912/jmbk.v5i1.10180>
- Prasojo, E. (2020). Pengaruh Celebrity Endorsement Terhadap Minat Beli Melalui Brand Image. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis*, 14(2). <https://doi.org/10.21460/jrmb.2019.142.338>
- Prawira, Y. (2019). Pengaruh Citra Merek, Persepsi Harga dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Pelanggan. *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Kewirausahaan*, 3(6). <https://doi.org/10.24912/jmbk.v3i6.6100>
- Putra, I. G. W. S. C. (2021). Evaluasi Pengaruh Product Quality, Product Innovation Dan Marketing Promotion Terhadap Brand Image IKEA. *Digismantech (Jurnal Program Studi Bisnis Digital)*, 1(1). <https://doi.org/10.30813/digismantech.v1i1.2264>
- Putri, R. M., & Istiyanto, B. (2021). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Dan Celebrity Endorser Terhadap Minat Beli Produk Scarlett Whitening (Studi Kasus Pada Perempuan Di Surakarta). *Jurnal Ekobis Dewantara*, 4(2), 78–88.
- Rizky, M. F., & Yasin, H. (2014). Pengaruh Promosi Dan Harga Terhadap Minat Beli Perumahan Obama PT.Nailah Adi Kurnia Sei Mencirim Medan. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 14(02).
- Rusdi, A. H. P. (2016). Pengaruh inovasi produk dan harga terhadap minat beli all new yaris (studi di toyota auto2000 waru sidoarjo). *Jurnal Ilmu Manajemen*, 4(3).
- Santoso, S. (2018). *Konsep Dasar Dan Aplikasi SEM Dengan AMOS 24*. Elex Media Komputindo.
- Setiawan, E. (2016). Pengaruh Sosialisasi Kuliner, Inovasi Produk Kuliner Dan Citra Produk Kuliner Terhadap Minat Beli Konsumen Kuliner Tradisional Di Kota Tangerang Selatan. *Manajemen*, 12, 2–8.
- Shafira, A., & Ferdinand, A. T. (2017). Analisis pengaruh celebrity endorser dan keinovatifan produk terhadap keputusan pembelian, serta citra merek dan nilai utilitarian sebagai variabel intervening. (Studi pada pengguna provider seluler xl di

- semarang). *Diponegoro Journal of Management*, 6(3).
- Shahnaz, N. B. F., & Wahyono, W. (2016). Faktor yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen di Toko Online. *Management Analysis Journal*, 5(4). <https://doi.org/10.15294/maj.v5i4.5571>
- Stevani, N., & Junaidi, A. (2021). Pengaruh Influencer terhadap Minat Beli Produk Fashion Wanita pada Instagram. *Prologia*, 5(1), 198. <https://doi.org/10.24912/pr.v5i1.10121>
- Suwarni, E., Suharyono, S., & Kumadji, S. (2017). Pengaruh Iklan Di Televisi, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Citra Merek Serta Implikasinya Pada Minat Pembelian (Survei Pada Calon Konsumen Susu SGM Di Kota Malang). *Profit*, 11(01). <https://doi.org/10.21776/ub.profit.2017.011.01.3>
- Suyaman, D. J., Andriani, E. F., Alifiana, S., Juniar, D., & Azzahra, F. (2021). Pengaruh Inovasi Produk dan Promosi Penjualan terhadap Minat Beli Sepeda Motor Suzuki Satria F150 (Survei pada Komunitas Suzuki Satria F150 Indonesia). *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, 4(1). <https://doi.org/10.36778/jesya.v4i1.361>
- Trimaryani, D., Banani, A., & Setyanto, R. P. (2019). Peran Citra Merek Dalam Memediasi Inovasi Produk Terhadap Loyalitas Merek Pengguna Smartphone Samsung Di Purwokerto. *Jurnal Ekonomi, Bisnis, Dan Akuntansi*, 21(3). <https://doi.org/10.32424/jeba.v21i3.1285>
- Varadarajan, R. (2018). Innovation, Innovation Strategy, and Strategic Innovation. In *Innovation and Strategy* (Vol. 15, pp. 143–166). Emerald Publishing Limited. <https://doi.org/10.1108/S1548-643520180000015007>
- Wahid, A., & Santoso, T. I. (2019). Pengaruh Harga Dan Inovasi Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Pt Indaco Warna Dunia Di Kota Batam. *Journal: Jurnal Ilmiah Mahasiswa*. http://ejournal.upbatam.ac.id/index.php/scientia_journal/article/view/2508
- Welsa, H., Kurniawan, I. S., & Nagar, R. (2021). Analisis Pengaruh Keragaman Produk, Persepsi Harga Dan Lokasi Terhadap Minat Beli Ulang Melalui Brand Image Pada Konsumen Rocket Chicken. *Journal Competency of Business*, 5(1). <https://doi.org/10.47200/jcob.v5i1.871>
- Wicaksono, P. U., & Mudiantono. (2017). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, Promosi Terhadap Citra Merek Dan Minat Beli Serta Dampaknya Pada Keputusan Pembelian Kartu Perdana Xl Axiata Di Semarang. *Diponegoro Journal Ofmanagement*, 6(2).