

DAFTAR PUSTAKA

- Adi, I. V. (2015). Pengaruh Suasana Toko (Store Atmosphere) dan Lokasi Terhadap Minat Beli Konsumen Studi Kasus Pada Distro Koffin Store di Yogyakarta. *Fakultas Ekonomi dan Bisnis*, <https://repository.usd.ac.id/id/eprint/873>.
- Alunat, S. K. (2016). Pengaruh Endorsement terhadap Sikap Konsumen dan Minat Pembelian Produk Kosmetik pada Online Shop dengan Media Sosial Instagram. *E-proceeding Of Management, Vol 3*, ISSN : 2355-9357.
- Annur, C. M. (2021). *Databoks*. Retrieved from Goodnews: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/06/29/perempuan-paling-banyak-gunakan-instagram-di-Indonesia>
- Arikunto, S. (2016). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Awalia, D. L. (2018). Pengaruh Testimoni Dan Selebgram Endorsment Terhadap Minat Pembelian Pada Online Shop Melalui Media Sosial Instagram Mahasiswa Fakultas Syariah IAIN Ponoroho. *Jurnal Hukum Ekonomi dan Syariah*.
- Cahyowulan, S. A. (2018). Pengaruh Brand Ambassador Pada Minat Beli Produk Wrangler Dengan Citra Merek Sebagai Variabel Intervening Studi Kasus Pada Mahasiswa Yang Kuliah di Yogyakarta. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, <https://repository.usd.ac.id/id/eprint/31575>.
- Firmansyah, M. A. (2019). *Pemasaran Produk (Planning & Strategy)* (Vol. 1). Surabaya: CV Penerbit Qiara Media.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hamzah, F. F. (2018). Pengaruh Brand Ambassador Terhadap Minat Beli Untuk Produk Indiehome Pada PT Telekomunikasi Indonesia Tbk Kota Makassar. *Center Of Economic Students Journal, Vol 1 No 1*.
- Keller, K. L. (2016). *Marketing Managemen (Global Edition)* (Vol. Edisi 15C). Inggris: Pearson.
- Kertamukti, R. (2017). *Strategi Kreatif Dalam Periklanan Konsep Pesan Media Branding Anggaran* (Vol. 2). Depok: Rajawali Pers.
- Mardiana, N. R. (2020). Analisa Pengaruh Brand Ambassador, Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Produk Terhadap Minat Beli Produk Kosmetik Emina (Studi Kasus Mahasiswi FEB Universitas Ahmad

- Dahlan) Manajemen Pemasaran. *Jurnal Akuntansi Fakultas Univeritas Ekonomi dan Bisnis* , <https://eprints.uad.ac.id/id/eprint/20926>.
- Maulda, R. (2015). Pengaruh Gita Gutawa Sebagai Brand Ambassador Pond's Dalam Mempengaruhi Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Mahasiswi Universitas Telkom D3 Manajemen Pemasaran). *Jurnal Ekonomi Manajemn dan BIsnis Bina Sarana Informatika*, Vol 3 No 1 <https://doi.org/10.31294/jeco.v3i1.59>.
- Nisa, B. N. (2019). Hubungan Terpaan Iklan dan Kredibilitas Brand Ambassador dengan Minat Beli Produk Vivo Smartphone. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, Vol 8 No 1.
- Nur, Y. (2018). Pengaruh Celebrity Endorser Pada Media Sosial Instagram Terhadap Minat Pembelian Produk Lazeta Skin Care Di Makassar. *Jurnal Bisnis dan Kewirausahaan*, Vol 7 No 1.
- Priansa, D. J. (2017). *Perilaku Konsumen Dalam Persaingan Bisnis Kontenporer* (Vol. 1). Bandung: Alfabeta.
- Putri, B. P. (2018). Pengaruh Endorsement Selebriti Instagram terhadap Minan Beli Remaja Putri. *Gadjah Mada Journal of Professional Psychologi*, Vol 4 No 1, DOI:10.22146/gamajpp.45347.
- Rahima, P. (2018). Pengaruh Celebrity Endorser di Media Sosial Instagram dalam Promosi Poduk Hijab terhadap Minat Beli Konsumen. *Jurnal Akuntansi dan Perbankan*, Vol 1 No 1.
- Ramadhanty, G. P. (2020). Pengaruh Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Pada Penggemar Boyband EXO Sebagai Brand Ambassador Nature Republic). *Jurnal Ilmu Komunikasi*, <http://digilib.uin-suka.ac.id/eprint/39808>.
- Shimp, T. (2014). *Periklanan Promosi Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Erlangga.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Usman, O. (2019). The Effect of Brand Ambassador, Brand Image,Product Quality and Price on Purchase Intention. *Jurnal Ekonomi*, DOI:10.2139/ssrn.3314080.
- Veronika. (2016). Pengaruh Iklan dan Brand Image Terhadap Minat Beli Konsumen dengan Brand Image Sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*.
- Yuliana. (2020). Dampak Kondisi Pandemi di Indonesia Terhadap Tren Penjualan (Studi Kasus Pada PD Sumber Jaya Alumunium). *Jurnal Riset Bisnis*, Vol 4 No 1.