

DAFTAR PUSTAKA

- Agustin, Cindy, Siti Nahdiah and Gaby Shania Pratama. (2022). The Influence of Brand Ambassador toward Purchase Intention of Fila on Social Media. *CRI 2021 - International Conference on Recent Innovations*.
- Ardiyanti, Yunita , RAEP. Apriliani, Bahtiar Efendi, Eni Candra Nurhayati. (2022). Pengaruh *Brand Image, Brand Trust Dan Product Quality* Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada pembeli Kopi Bowongso di Kabupaten Wonosobo). *Jurnal Akuntansi, Manajemen & Perbankan Syariah, Volume 2 Nomer 1*.
- Endang, Asti & Elfrida Viesta Napitulu. (2023). Pengaruh Brand Ambassador, Kualitas Produk, Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Produk Scarlett Whitening Di Jakarta Timur. *Jurnal Ilmiah Hospitality, Vol. 12 No. 2*.
- Isnan, M. F., & Rubiyanti, R. N. (2021). Pengaruh *Brand Ambassador* Terhadap Minat Beli Tiket.Com Di Jawa Barat. *E-Proceeding Of Management*.
- John E.H.J FoEh, Rifdah Thifal Nur Aini. (2022). Pengaruh Periklanan, Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening pada Produk Teh Botol Sosro di Tokma Cibitung (Studi Kajian Pustaka). *JEMSI: Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi, Vol 4, No 3*.
- Ghozali, Imam. (2006). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Undip.
- Ghozali, Imam. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS, Edisi Kelima*. Semarang: BP Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Kharisma, L and S. Hutasuhut. (2019). Peran Mediasi Minat Beli Pada Pengaruh Brandambassador dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian. *Niagawan, vol. 8, no. 3, pp. 197–215*.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles of Marketing Global Edition 17th Edition*. London: Pearson Education.

- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller. (2016). *Marketing Management*, 15th Edition. New Jersey: Pearson Pretice Hall.
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane. (2018). *Manajemen Pemasaran*. Edisi 12. Jilid 2. Jakarta: PT Indeks.
- Kurniasari, Meatry, and A. Budiarmo. (2018). Pengaruh Social Media Marketing, Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening Pada J.Co Donuts & Coffee Semarang. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, vol. 7, no. 3, pp. 152-159.
- Lisdiani, N. L. I., & Annisa, A. A. (2022). Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Pengetahuan Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fiesta Chicken Nugget dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening. *Invest Journal of Sharia & Economic Law*, 2(1), 79-91.
- Nadiya, Farisa Hasna, Susanti Wahyuningsih. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Fashion 3second Di Marketplace (Studi Pada Mahasiswa Pengguna Fashion 3second Di Kota Semarang). *Prosiding: Seminar Nasional UNIMUS*.
- Ningsih, Eka Sukmawati. (2020). Pengaruh Iklan Kosmetik, Brand Ambassador, Dan Kemasan Terhadap Minat Beli Pada Produk Ms Glow Di Kota Bengkulu. Repository Universitas Muhammadiyah Bengkulu.
- Nurlestari, D. M., Hari, P., & Sidanti, H. (2022, October). Pengaruh Brand Ambassador dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlett Whitening dengan Minat Beli sebagai Variabel Intervening (Studi Empiris pada Konsumen Produk Scarlett Whitening Di Kota Madiun). In *SIMBA: Seminar Inovasi Manajemen, Bisnis, dan Akuntansi* (Vol. 4).
- Permadi, Tessa Anindita, Nuruni Ika Kusuma Wardhani. (2023). Pengaruh *Brand Ambassador* Dan EWOM Terhadap Minat Beli Produk Everwhite Di Surabaya. *Derivatif : Jurnal Manajemen*, Vol. 17 No. 2.
- Prayogi, Slamet, Awan Santosa. (2019). The Influence of Product Quality, Prices and Promotions on Interest in Buying Sri Sulastri's Batik. *Journal article // e-Jurnal Apresiasi Ekonomi*.
- Purwati, Annung, Mega Mirasaputri Cahyanti. (2022). Pengaruh *Brand Ambassador* Dan *Brand Image* Terhadap Minat Beli Yang Berdampak Pada

Keputusan Pembelian. *IQTISHADUNA: Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita*, Vol.11, No.1: 32-46.

Sagia, Ayu, Syafrizal Helmi Situmorang. (2018). Pengaruh Brand Ambassador, Brand Personality Dan Korean Wave Terhadap Keputusan Pembelian Produk Nature Republic Aloe Vera. *Jurnal Manajemen Bisnis Indonesia*, Vol 5 No 2.

Sengkey, M. S. L. Mandey, and A. S. Soegoto. (2021). The Effect of Price Perception , Product Quality and Location on Consumer Purchase Decisions through Buying Interest as Intervening Variables on Msme Products During the Covid-19 Pandemic. *Eur. J. Life Saf. Stab.*, vol. 6, pp. 67–82.

Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta, CV.

Ummat, Rohmatul, Kristina Anindita Hayuningtias. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, *Brand Ambassador* Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Nature Republic. *Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Keuangan*, Vol. 4 No. 6.

Widiana, Muslichah Erma dan Bonar Sinaga, (2010). *Dasar-dasar Pemasaran*. Bandung: Karya Putra Darwati.

Zahra, F., Rianto, M. R., Woestho, C., Bukhari, E., & Widjanarko, W. (2024). Pengaruh Brand Ambassador dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli Skincare Somethinc di Kota Bekasi. *IJESM Indonesian Journal of Economics and Strategic Management*, 2(1), 598-616.