

DAFTAR PUSTAKA

- Alfirdausi, K., & Marpaung, N. N. (2022). Pengaruh Harga dan Ulasan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee di Kabupaten Bekasi. *Parameter*, 7(1), 181–192. <https://doi.org/10.37751/parameter.v7i1.196>
- Amelia, S. M., Ainun Nisya, S. M., & Muzdalifah, L. (2023). Pengaruh Brand Ambassador, Brand Image, Dan Country of Origin Terhadap Minat Beli Konsumen. *Journal of Creative Student Research (JCSR)*, 1(1), 143–162.
- Andini, P. N., & Lestari, M. T. (2021). PENGARUH BRAND AMBASSADOR DAN BRAND IMAGE TERHADAP MINAT BELI PENGGUNA APLIKASI TOKOPEDIA Praditha Nurul Andini 1 , Martha Tri Lestari S . Sos ., MM 2 Abstrak A . Pendahuluan Saat ini masyarakat sebagai konsumen di era modern ini cenderung memiliki kebias. *Prodi S1 Hubungan Masyarakat, Fakultas Komunikasi Dan Bisnis, Universitas Telkom*, 8(2), 2074–2082.
- Anjani, F. (2022). *Pengaruh Harga Dan Rating Terhadap Minat Beli Pada*. 10(1), 38–43.
- Clow, K. E., & Baack, D. (2018). *Integrated Advertising, Promotion, and Marketing Communications* (8th ed.). Pearson Education.
- Fitria, I. J., & Qurohman, T. (2021). Pengaruh Iklan terhadap Minat Beli Konsumen pada Produk Smartphone Oppo. *Portofolio: Jurnal Ekonomi, Bisnis, Manajemen, Dan Akuntansi*, 18(1), 26–37. <https://doi.org/10.54783/portofolio.v18i1.207>
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25* (9th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hastuti, D., & Suryadi, N. (2020). Pengaruh Brand Ambassador, Iklan, Dan Harga Terhadap Minat Pembelian Mie Sedaap Oleh Mahasiswa Universitas Brawijaya. *Repository.Ub.Ac.Id*, 125.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles of Marketing* (17th ed.). Pearson Education.
- Kotler, P., & Keller, K. lane. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education.

- Lestari, P., Arifin, M. Z., & Bisari, N. A. (2024). Pengaruh Brand Image, Brand Awareness dan Brand Ambassador Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Marketplace Shopee. *Al-Muraqabah: Journal of Management and Sharia Business*, 4(2), 154–172. <https://doi.org/https://doi.org/10.30762/al-muraqabah.v4i2.1370>
- Lorenza, V., & Erdiansyah, R. (2023). Pengaruh Penggunaan Iklan Televisi dan Daya Tarik Iklan terhadap Brand Equity Shampo Head & Shoulders. *Prologia*, 7(1), 141–148. <https://doi.org/10.24912/pr.v7i1.16029>
- Marwanto, A. (2015). *Marketing Sukses*. Kobis.
- Nasution, H. F. (2018). PENGARUH KEMUDAHAN DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK PAKAIAN SECARA ONLINE (Studi Kasus Mahasiswa Belanja Online Pada FEBI IAIN Padangsidimpuan). *At-Tijarah: Jurnal Ilmu Manajemen Dan Bisnis Islam*, 4(1), 26–39. <https://doi.org/10.24952/tijarah.v4i1.1082>
- Novitasari, D., Maulana, R., Hastuti, H., Puspitasari, N., & Surakarta, P. I. (2024). KEPUTUSAN PEMBELIAN DI E-COMMERCE SHOPEE. *Seminar Nasional Amikom Surakarta (Semnasa) 2024*, 2, 1432–1444.
- Nur Rahma, A., Firdaus, V., Komala Sari, D., & Muhammadiyah Sidoarjo, U. (2024). the Influence of Brand Ambassador, Brand Image, and Price on Purchase Decisions on Skincare Product Consumer Scarlett Whitening in Sidoarjo City. *COSTING: Journal of Economic, Business and Accounting*, 7(2), 3275–3292.
- Pangemanan, J., Latuni, F., & Wakur, R. (2023). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Studi Kasus pada Minat Beli Konsumen di Mall Wamena Papua. *Global Science*, 4, 22–29. <https://doi.org/10.58738/kendali.v1i2.32>
- Permana, D. G. Y., Putra, I. P. D. S. S., & Bagus, A. A. N. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keinginan Belanja Konsumen. *Jurnal JIS Siwirabuda*, 02(01), 78–83. <https://doi.org/https://doi.org/10.58878>
- Putri, L., & Wandebori, H. (2016). Factors Influencing Cosmetics Purchase Intention in Indonesia Based on Online Review. *International Conference on Ethics of Business, Economics, and Social Science*, 1, 255–263.
- Putri, S. I., Yulianti, E., Saputra, G. G., & Ningrum, H. F. (2022). Faktor Penentu Minat Beli Konsumen Melalui E-Commerce Berbasis Marketplace. *Jurnal Ilmiah Poli Bisnis*, 14(1), 29–40. <https://doi.org/10.30630/jipb.v14i1.734>
- Rania, D. (2024). *Top 10 Daftar Produk Terlaris di Shopee 2024 Paling Banyak Dicari*. Jubelio Blog. <https://jubelio.com/top-9-daftar-produk-terlaris-di->

shopee-2024-paling-banyak-dicari/

- Rasyid, F. (2022). *Metodologi Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif (Teori, Metode, dan Praktik)*. IAIN Kediri Press.
- Riska, C. F., Hendayana, Y., & Wijayanti, M. (2023). Pengaruh Ulasan Konsumen, Kualitas Produk Dan Marketing Influencer Terhadap Keputusan Pembelian Produk Erigo. *Jurnal Economina*, 2(10), 2722–2739.
- Romadlon, C., & Effrisanti, Y. (2023). PENGARUH BRAND AMBASSADOR DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MIE INSTAN LEMONILO PADA NCTZEN KEDIRI. *JPEKBM (Jurnal Pendidikan Ekonomi, Kewirausahaan, Bisnis, Dan Manajemen)*, 7(1), 105–115. <https://doi.org/https://doi.org/10.32682/jpekbm.v7i1.3177>
- Rusli, R., Hutabarat, R. D., & Salasa, Y. (2020). Pengaruh Brand Ambassador dan Word of Mouth Terhadap Brand Image Produk Fashion Damn! I Love Indonesia Di Kalangan Mahasiswa Tangerang. *Jurnal Komunikasi Dan Media*, 6(1), 77–89.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research Methods for Business: A Skill-Building Approach* (7th ed.). Wiley.
- Siaran Pers. (2024). *Hasilkan Produk Berdaya Saing Global, Industri Kosmetik Nasional Mampu Tembus Pasar Ekspor dan Turut Mendukung Penguatan Blue Economy*. Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia. <https://www.ekon.go.id/publikasi/detail/5626/hasilkan-produk-berdaya-saing-global-industri-kosmetik-nasional-mampu-tembus-pasar-ekspor-dan-turut-mendukung-penguatan-blue-economy>
- Sudaryono, D. (2016). *MANAJEMEN PEMASARAN TEORI DAN IMPLEMENTASI*. C.V ANDI OFFSET.
- Sudjarmika, F. V. (2017). *Fransiska Vania Sudjarmika*, (2017). 5(1).
- Sugiardi, A. B., & Harti. (2017). Pengaruh Iklan dan Atribut Produk Terhadap Brand Awareness Pada Produk Hufagripp Abstrak Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN). *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 03.
- Sugiyono. (2020a). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2020b). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*.