

## DAFTAR PUSTAKA

- Adaby, O., & Nurhadi. (2022). Pengaruh Brand Ambassador, Brand Image Dan Electronic Word of Mouth Terhadap Minat Beli Produk Erigo Apparel. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis Universitas Multi Data Palembang*, 12(1), 35–46.
- Alif Fianto, A. Y., Hadiwidjojo, D., Aisjah, S., & Solimun, S. (2022). The Influence of Brand Image on Purchase Behaviour Through Brand Trust. *Business Management and Strategy*, 5(2), 58. <https://doi.org/10.5296/bms.v5i2.6003>
- Arianty, N., & Ari Andira. (2025). Pengaruh Advertising Awareness, Brand Image dan Brand Awareness terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Kewirausahaan*, 5(1), 334–350. <https://doi.org/10.55606/jimak.v5i1.5520>
- Ariffin, A. H. ; K. (2021). *PENGARUH WORD OF MOUTH (WOM) TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN CAFFE AND TEA SINTESA TANJUNG TABALONG*. 6, 763–780.
- Astuti, S. M. K., Lukitaningsih, A., & Hutami, L. T. H. (2022). Word of mouth dan brand image terhadap minat beli konsumen. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 16(1), 60–67.
- Ayu, S., & Situmorang, S. H. (2018). Pengaruh Brand Ambassador, Brand Personality, Dan Korean Wave Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Manajemen Bisnis Indonesia*, 5, 286–298. <https://doi.org/10.69714/30ps7t93>
- Endrico, D., & Kombih, R. M. (2025). ANALISIS KELAYAKAN BISNIS DITINJAU DARI ASPEK KEUANGAN PADA FRANCHISE RICHEESE FACTORY. *Jurnal Ilmiah Nusantara ( JINU)*, 2(2), 523–534.
- Ghozali, I. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 26*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hapsari, D. A., & Soebandhi, S. (2024). PENGARUH ELECTRONIC WORD OF MOUTH (E-WOM), BRAND AMBASSADOR DAN KOREAN WAVE TERHADAP MINAT BELI PRODUK SOMETHINC (Studi Kasus Pada Pengguna Aplikasi Shopee). *Avesina : Media Informasi Ilmiah Universitas Islam Al-Azhar*, 16(1), 8–22. <https://doi.org/10.36679/avesina.v16i1.2>
- Henni, O. :, Siti, P., & Nasution, L. (2022). Analisis Minat Beli Produk Scarlett Whitening Bagi Kaum Hawa Kota Rantauprapat. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 11(1), 35–42.
- Irvanto, O. (2020). Pengaruh Desain Produk, Pengetahuan Produk, Dan Kesadaran Merek Terhadap Minat Beli Produk Eiger(Survey Persepsi Komunitas Pecinta Alam di Kota Bogor). *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 8(2), 105–126.
- Laia, S. J., Simanjorang, E. F. S., & Hansyah, P. (2025). Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk Dan Gaya Hidup Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Kopi Keliling Hb Kopleng Di Kota Rantauprapat. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Perbankan Syariah (JIMPA)*, 5(2), 453–466. <https://doi.org/10.36908/jimpa.v5i2.609>
- Laili, F. M., Hariasih, M., & Sari, H. M. K. (2024). the Role of Brand Ambassador, Brand Image and Price on Purchasing Decisions for Skincare Sunscreen Peran Brand Ambassador, Brand Image Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Sunscreen. *COSTING: Journal of Economic and Accounting*, 7(2), 2876–

2888.

- Maharani, O. et. al. (2024). Marketing Pada Minat Beli Konsumen Produk. *JIMEA : Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi)*, 8(2), 2161–2185.
- Mahendra, A. F., & Kusdiyanto. (2024). Pengaruh Brand Ambassador, Brand Image dan Harga terhadap Minat Beli Pelanggan E-EcommerceShopee (Kasus Pengguna Shopee). *JEKPEND Jurnal Ekonomi Dan Pendidikan*, 7(2), 65–74. <https://doi.org/10.26858/jekpend.v7i2.64979>
- Maknunah, L. U., Diantanti, N. P., & Darajat, A. H. (2023). Pengaruh Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Riset Dan Konseptual*, 8(4), 863–896. <https://doi.org/10.28926/briliant.v8i4.1639>
- Maulana, S., Simanjorang, E. F. S., & Hanum, F. (2025). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Perdana By.U (Studi Pada Mahasiswa FEB Universitas Labuhanbatu). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Perbankan Syariah (JIMPA)*, 5(2), 513–530. <https://doi.org/10.36908/jimpa.v5i2.714>
- Melinda, V., Artina, N., & Lestari, R. B. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Brand Image, Brand Ambassador, Dan Word Of Mouth (Wom) Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Skincare Nature Republic Di Kota Palembang. *Publikasi Riset Mahasiswa Manajemen*, 3(1), 111–121. <https://doi.org/10.35957/prmm.v3i1.1661>
- Mochtar, M. M. I., Mandey, S. L., Pondaag, J. J., Sosial, P. M., Pembayaran, M., & Produk, D. A. N. K. (2022). *PENGARUH MEDIA SOSIAL, METODE PEMBAYARAN, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP MINAT BELI MAKANAN DAN MINUMAN DI CINEMA XXI MANADO TOWN SQUARE Jurnal EMBA Vol . 10 No . 4 Desember 2022 , Hal . 1807-1818. 10(4)*, 1807–1818.
- Nafis, K. N., & Juwita, H. A. J. (2024). Pengaruh Brand Ambassador Dan Brand Image Terhadap Minat Beli Produk. *Jurnal Manajemen Pemasaran Dan Perilaku Konsumen*, 3(3), 820–828. <https://doi.org/10.21776/jmppk.2024.03.3.24>
- Novitasari, & Sari, M. A. (2019). ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG BERPENGARUH TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN ONLINE DI MARKETPLACE (Studi Kasus Pada Mahasiswa Jurusan Akuntansi Politeknik Negeri Jakarta dan Masyarakat Pengguna Aktif Media Sosial). *JURNAL EKONOMI BISNIS*, 18(2), 97–108. <https://doi.org/https://doi.org/10.32722/eb.v18i2.2490>
- Rahma, Y. P., & Setiawan, M. B. (2022). PENGARUH BRAND AMBASSADOR, ELECTRONIC WORD OF MOUTH (e-WOM) DAN CITRA MEREK TERHADAP MINAT BELI PRODUK SUNSCREEN AZARINE. *Eqien - Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 11(04), 29–43. <https://doi.org/10.34308/eqien.v11i04.1358>
- Salsabila, A., Evasari, A. D., & Saputra, B. M. (2024). JCM (Jurnal Cendekia Manajemen) PENGARUH BRAND AMBASSADOR EXO, BRAND IMAGE, DAN E-WOM TERHADAP MINAT BELI PRODUK SCARLETT WHITENING PADA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS ISLAM KADIRI. *Jurnal Cendekia Manajemen*. <https://doi.org/10.32503/jcm.v2i1.5306>
- Sihombing, M. A. L. S., & Surono. (2025). The THE INFLUENCE OF CUSTOMER EXPERIENCE, PRICE PERCEPTION AND WORD OF MOUTH ON PURCHASING DECISIONS. *Jurnal Dinamika Manajemen Dan Bisnis*, 8(1), 1–17.

<https://doi.org/10.21009/jdmb.08.1.1>

Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Sultan, M. D., Izzah, N., & Jannah, R. (2023). *JURNAL Kebangsaan*. 12(24), 45–52.

Yulia, A. A., Nasution, S. L., & Hasibuan, M. I. (2025). *Pengaruh serviescape , harga, word of mouth dan citra merek terhadap kepuasan konsumen pada toko national elektronik rantauprapat*. 6(1).