

## DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, M., Tumbel, T. M., & Kalangi, J. A. F. (2020). Pengaruh Citra Merek Terhadap Minat Beli Produk Oriflame Di Kota Manado. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 10(1), 25–31. <http://www.topbrand-award.com>
- Aprilia, N. R., & Utomo, S. B. (2022). Minat Beli Ulang Di Masa Pandemi Covid-19 ( Studi Pada Konsumen OKUI Kopi 3 . 0 Surabaya ). *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 11(2), 1–19.
- Bergitta, I., & Isrudini, Z. (2022). *PENGARUH BRAND IMAGE, E-WOM, STORE ATMOSPHERE DAN HARGA TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN (Studi Pada Rolag Kopi Kayoon) Rismawati Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya.*
- Dewi, D. P., & Yulianthini, N. N. (2021). Pengaruh Kualitas Produk dan Kepercayaan Merek Terhadap Minat Beli Produk Lipstik Wardah di Kecamatan Buleleng. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*, 13(1), 178. <https://doi.org/10.23887/jjpe.v13i1.32275>
- Dinata, F. R., & Yulianto, A. E. (2021). *PENGARUH BAURAN PEMASARAN DAN WORD OF MOUTH ( WOM ) TERHADAP MINAT BELI ULANG PADA KONSUMEN COZY LIVING INTERIOR DESIGN DAN FURNITURE CONTACTOR Fitra Rachmad Dinata Anton Eko Yulianto Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia ( STIESIA ) Surabaya PENDAHULUAN.*
- Efendi, J., & Kusnawan, A. (2021). *Pengaruh Daya Tarik Iklan Dan Kredibilitas Endorser Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Kasus Konsumen Brand X. Eight Pada Mahasiswa Universitas Buddhi Dharma Program Studi Manajemen).* 1(2).
- Efendi, U., Agnesia, A., Gunawan, Usman, M., Radhiana, & Permana, F. A. (2021). *HUBUNGAN PERSEPSI HARGA DAN DAYA TARIK IKLAN ONLINESHOP DENGAN MINAT BELI MELALUI MEDIA SOSIAL PASCA PANDEMIK COVID-19.* 2, 1–141.
- Fakaubun, U. F. K. (2019). Pengaruh Citra Merek Terhadap Minat Beli Ulang Sepatu Adidas Di Malang Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening ( Studi Kasus Pada Toko Sport Station Dinoyo , Malang ). *Jurnal Ilmu Manajemen*, 4(2), 221–234.
- Fandiyanto, R., & Endriyasaki, R. (2019). Pengaruh Kepercayaan Merek Dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Ulang “Kopi Toraja” Di Coffee Josh Situbondo. *Jurnal Ilmiah Ilmu Ekonomi Dan Bisnis*, 7(1), 21–42.
- Fitria, I. J., & Qurohman, T. (2021). Pengaruh Iklan terhadap Minat Beli Konsumen pada Produk Smartphone Oppo Taufik Qurohman. *Bisnis, Manajemen Dan Akuntansi*, 18(1), 26–37.

- Hana, K. F. (2019). Minat Beli Online Generasi Milenial: Pengaruh Kepercayaan dan Kualitas Layanan. *BISNIS : Jurnal Bisnis Dan Manajemen Islam*, 7(2), 203. <https://doi.org/10.21043/bisnis.v7i2.6094>
- Herdiansyah, C., Welsa, H., & Cahyani, P. D. (2021). PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN BRAND IMAGE terhadap PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN BRAND IMAGE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI MINAT BELI SEBAGAI VARIABEL INTERVENING. *Management Development*, 4(2), 83–89.
- Natsir, N., & Ernawati, S. (2020). Pengaruh Iklan, Kepercayaan Merek Dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Konsumen Pengguna Handphone Oppo Di Kota Bima. *Jurnal Ilmiah Manajemen "E M O R,"* 4(1), 1. <https://doi.org/10.32529/jim.v4i1.506>
- Noviningsih, K. A., Anggraini, N. P. N., & Ribek, P. ketut. (2022). *PENGARUH IKLAN, KEPERCAYAAN MEREK DAN CITRA MEREK TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN INDIHOME DI GIANYAR*. 3(1), 598–609.
- Rahmi, & Syafitri. (2020). Pengaruh Kepercayaan Dan Minat Beli Masyarakat Secara Online. *Al-Ijtima`i: International Journal of Government and Social Science*, 6(1), 29–42. <https://doi.org/10.22373/jai.v6i1.665>
- Rozi, A. F., & Nasikan. (2020). Pengaruh Kualitas Layanan ,Citra Merek Dan Kepercayaan Terhadap Minat Beli Online Produk Batik Tulis Mutiara Sendang Lamongan. *Jurnal Studi Manajemen Dan Bisnis*, 7(2), 126–140. <https://doi.org/10.21107/jsmb.v7i2.9050>
- Sarjita. (2020). Pengaruh Kepercayaan Dan Keamanan Terhadap Minat Beli Konsumen Secara Online Pada Situs Olx. *Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Akuntansi*, 7(1), 69–82. <http://jurnal.amaypk.ac.id/index.php/jbma/article/view/90/103>
- Saryono, S. A., & Sudrajat, R. H. (2019). PENGARUH DAYA TARIK IKLAN HUMOR DAN SIKAP KHALAYAK PADA IKLAN LAURIER HEALTHY SKIN VERSI “DIGARUK SALAH” TERHADAP MINAT BELI. *Tjyybjb.Ac.Cn*, 3(2), 58–66. <http://www.tjyybjb.ac.cn/CN/article/downloadArticleFile.do?attachType=PDF&id=9987>
- Satria, D. A., & Sidharta, H. (2019). Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk terhadap Minat Beli Konsumen Porkball. *Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 2(3), 398–408. <https://journal.uc.ac.id/index.php/performa/article/view/562>
- Simanjuntak, J. (2020). Pengaruh Iklan, Kualitas Layanan Dan Kepercayaan Merek Terhadap Minat Beli Pada Toko Online Lazada. *E-Bisnis : Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 13(1), 1–12. <https://doi.org/10.51903/e-bisnis.v13i1.143>

- Solikhah, A. N., & Krishernawan, I. (2022). Pengaruh Celebrity Endorser, Daya Tarik Iklan, dan Electronic Word of Mouth terhadap keputusan pembelian di e-commerce shopee ( studi kasus pada pengguna e-commerce shopee di Universitas Mayjen Sungkono Mojokerto). *Urnal Akuntansi, Ekonomi Dan Manajemen Bisnis*, 2(2), 154–166.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Alfabeta.
- Suheri, A., Welsa, H., & Kurniawan, I. S. (2022). Pengaruh Daya Tarik Iklan dan Citra Merek Terhadap Minat Beli dan Dampaknya pada Keputusan Pembelian Maskapai Penerbangan Sriwijaya Air The Influence of Advertising Attractiveness and Brand Image on Purchase Intention and Its Impact on Airline Purchasing. *Jurnal Marketing*, 05, 110–119.
- Viviany, & Evyanto, W. (2022). PENGARUH KUALITAS JASA, INOVASI PRODUK DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA PT APPLE PRIMA PERSADA. *SCIENTIA JOURNAL : Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, 5(1).
- Wardani, A. D., & Maskan, M. (2019). Pengaruh Citra Merek Dan Kepercayaan Merek Terhadap Minat Beli Handphone Samsung. *Jurnal Aplikasi Bisnis*, 5(1), 145–148.