

DAFTAR PUSTAKA

- Angga Hernawan, Rachman Komarudin, Nurul Afni.(2021). "Analisa Perbandingan Kualitas Pelayanan Web E-Commerce Terhadap Kepuasan Konsumen Menggunakan WebQual 4.0" , Jurnal Ilmiah Teknologi Informasi Asia.
- Anida Juliana Putri,Syahputra.(2023). "Pengaruh Dukungan Selebriti, Iklan, Dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Produk Kecantikan Di Bandung", Management Studies and Entrepreneurship journal vol 4(3)
- Bachriansyah, Rizky Amalina And Ferdinand, Augusty Tae (2011) "Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Daya Tarik Iklan, Dan Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Produk Ponsel Nokia (Studi Kasus Pada Masyarakat Di Kota Semarang). Undergraduate Thesis, Universitas Diponegoro.
- Dede Widian Prayugo.(2018). "Pengaruh Komunitas Virtual Terhadap Minat Beli Online Pada Grup Facebook Bubuhan Samarinda". Ejournal Ilmu Komunikasi, 6 (1).
- Digor Mufti, Rokhimah, Andi Hasrun,Dwi Iin Kahinah.(2022). "Pengaruh Kreativitas Iklan Dan Strategi Pemasaran Terhadap Minat Beli Produk Scarlett Whitening (Studi Pada Online Shop Hara Sorong)". Jurnal Cakrawala ilmiahvol.1, No.12.
- Hamidah Lailanur Ilaisyah.(2020). Pengaruh Brand Ambassador Dan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Marketplace Tokopedia. Jurnal Pendidikan Tata Niaga (Jptn), 8(3).
- Ida Budi Ningsih.(2018). Pengaruh Kreativitas Periklanan Di Televisi Terhadap
- Indratama, A.B., & Artanti, Y. (2014). "Pengaruh Citra Merek dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Tabungan Bank Syariah Mandiri". Jurnal Ilmu Manajemen.
- Keller, L. 1993. How to Manage Brand Equity. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Keputusan Pembelian Online Pada Aplikasi Shopee(Studi Pada Siswa Smk Broadcasting Bina Creative (Bbc) Medan).(Disertasi Doktoral ; Universitas Sumatera Utara,2018) Diakses Dari https://www.academia.edu/108302341/Pengaruh_Kreativitas_Periklanan_Di_Televisi_Terhadap_Keputusan_Pembelian_Online_Pada_Aplikasi_Shopee
- Kertajaya, Hermawan. 2006. Marketing Klasik Indonesia. Bandung: Mizan
- Kotler dan Keller. 2012. Manajemen Pemasaran. Jakarta: Erlangga.
- Melynda Dyah Kurnyawati Srikandi Kumadji Edy Yulianto.(2014). Pengaruh Iklan Terhadap Brand Awareness Dan Dampaknya Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Administrasi (Fia) Jurusan Administrasi Bisnis Universitas Brawijaya Angkatan 2012-2013 Yang Menggunakan Produk Sabun Mandi Merek Lifebuoy). Jurnal Administrasi Bisnis (Jab), 16(1).

- Michelle Ernesta,Rasya Fara Riadi,Amany Rania Azzahra.(2024). “Fenomena Brand Ambassador Korea Selatan Bagi Brand Image Produk Calvin Klein”. *Jurnal Ilmiah Manajemen Ekonomi Dan Akuntansi* Vol. 1, No. 2
- Morissan,M.A. (2010).*Periklanan : Komunikasi Pemasaran Terpadu* Jakarta: Prenadamedia Group.
- Muhamad Rafsanjani,Citra Savitri,Syifa Pramudita Faddila.(2024). “Pengaruh Konten Pemasaran Dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Produk Uniqlo Di Instagram (Studi Pada Mahasiswa Manajemen Angkatan 2019 Universitas Buana Perjuangan Karawang)”. *Journal Of Economic, Business And Accounting* Volume 7 Nomor 2.
- Nora Pitri Nainggolan, Heryenzus.(2018). “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen Dalam Membeli Rumah Di Kota Batam”. *Journal Of Accounting & Management Innovation*, Vol.2 No.2.
- Nurul Aisyah.(2015). “Pengaruh Kualitas Produk, Daya Tarik Iklan Terhadap Minat Beli Produk Indomie (Studi Kasus Pada Masyarakat Di Bekasi)”. *Jurnal Khatulistiwa Informatika*, Vol. 3, No. 2.
- P. Fitriyani, J. Nur Suryanto Gono, and T. Pradekso.(2023). “Pengaruh Daya Tarik Brand Ambassador Dan Tingkat Pengetahuan Pesan Iklan Head & Shoulders Terhadap Minat Beli Produk Head & Shoulders”. *Interaksi Online*, vol. 12, no. 1.
- Rangkuti, Freddy. 2004. *Riset Pemasaran*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Ratna Dewi.(2021). Pengaruh Daya Tarik Dan Keuatan Iklan Terhadap Minat Pembelian. *Jurnal AkMen*, 18(2).
- Riesta Chahya Agustina, Awan Santosa.(2019). "Pengaruh Dar, Der Dan Tata Kelola Perusahaan Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan Farmasi" , *Capital: Jurnal Ekonomi dan Manajemen*.
- Schiffman dan Kanuk. 2010. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: INDEKS
- Setiadi, N.J. 2013. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Kencana Perdana Media Grup.
- Supranto, J. 2011. *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan Untuk Menaikkan Pangsa Pasar*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Sultannudin, Ilona Vicenovie Oisina Situmeang.(2024). " Pengaruh Citra Merek Dan Daya Tarik Iklan Di Instagram Terhadap Minat Beli Produk Ibox Indonesia" , *Ikraith-Humaniora* Vol. 8, No. 1
- Tjiptono, Fandy. 2011. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: ANDI.
- Yeni Febriani.(2020). “Masyarakat Melakikan Pembelian Produk Roti Ternama Karena Citra Toko Atau Kualitas Pelayanan”. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, Vol. 7 No. 1
- Yokie RadnanKristiyono,Thomas Pratama,Juniarty Siahaan.(2023). The sensational impact of YouTubeadvertising on purchase intentions based on boosting e-commerce sales in Jabodetabek. *Jurnal Manajemen dan Pemasaran Jasa*, 16(1).
- Yunita Gunawati.(2022). "Pengaruh Iklan Media Elektronik, Brand Ambassador dan, Brand Image Terhadap Minat Beli (Studi Kasus Konsumen Mie Lemonilo di Kota Surakarta)" , *EKONIKA : Jurnal Ekonomi Universitas Kadiri*.