

## DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D., & Aaker, J. L. (2016). What are your signature stories? *California Management Review*, 58(3), 49–65.
- Amalia, M. M., & Achmad, G. N. (2023). The influence of instagram marketing, brand ambassador and brand image towards customer satisfaction and customer loyalty on scarlett whitening product. *KINERJA*, 20(1), 11–20.
- Amin, A. M., & Yanti, R. F. (2021). Pengaruh Brand Ambassador, E-WOM, Gaya Hidup, Country Of Origin dan Motivasi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Korea Nature Republic. *INVEST: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Akuntansi*, 2(1), 1–14.
- Ananda, A. N., & Jamiat, N. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Ulang Nature Republic. *EProceedings of Management*, 8(2).
- Andini, P. N., & Lestari, M. T. (2021). Pengaruh Brand Ambassador dan Brand Image terhadap Minat Beli Pengguna Aplikasi Tokopedia (Studi Kuantitatif pada Pengguna Aplikasi Tokopedia di Dki Jakarta). *EProceedings of Management*, 8(2).
- Bencsik, C. (2016). Juhez.(2016). Y and Z Generations at Workplaces. *Journal of Competitiveness*, 90–106.
- Carroll, A. R., Copp, B. R., Davis, R. A., Keyzers, R. A., & Prinsep, M. R. (2019). Marine natural products. *Natural Product Reports*, 36(1), 122–173.
- Cockril C, & Goode. (2010). *The Strategy and Tactics of Pricing*.
- Dewi, M. (2016). Pengaruh produk, harga dan layanan purna jual terhadap keputusan pembelian smartphone di toko langsa ponsel. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan*, 5(1), 449–458.
- Durianto, D. (2004). *Brand equity ten strategi memimpin pasar*. Gramedia Pustaka Utama.
- Elmore, M. R. P., Najafi, A. R., Koike, M. A., Dagher, N. N., Spangenberg, E. E., Rice, R. A., Kitazawa, M., Matusow, B., Nguyen, H., & West, B. L. (2014). Colony-stimulating factor 1 receptor signaling is necessary for microglia viability, unmasking a microglia progenitor cell in the adult brain. *Neuron*, 82(2), 380–397.
- Fabunga Ahmad, R., & Azizah, N. (2021). Peran Sikap pada Iklan dalam Memediasi Pengaruh Brand Ambassador terhadap Minat Beli Produk Mie Sedaap Goreng Korean Spicy Chicken. *Jurnal Health Sains*, 2(2), 300–315. <https://doi.org/10.46799/jsa.v2i2.183>
- Faza, L. A., Agustini, P. M., Maesaroh, S., Purnomo, A. C., & Nabila, E. A. (2022). Motives for purchase of skin care product users (phenomenology study on women in dki jakarta). *ADI Journal on Recent Innovation*, 3(2), 139–152.
- Ferdinand, A. (2014). *Metode penelitian manajemen: Pedoman penelitian untuk penulisan skripsi tesis dan desrtasi ilmu manajemen*.
- Fikriyah, F. (2022). Pengaruh Brand Image (Citra Merek) Terhadap Minat Beli Produk Viva Cosmetics (Studi pada Mahasiswi Administrasi Bisnis 2017, FISIP Universitas Pasundan Bandung) . *Doctoral Dissertation, FISIP UNPAS*.
- Fiona, D. R., & Hidayat, W. (2020). Pengaruh promosi penjualan dan e-service quality terhadap minat beli ulang melalui kepuasan pelanggan (Studi pada

- pelanggan Gopay di Jabodetabek). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 9(1), 333–341.
- Ghozali, I. (2021). *Partial Least Square : Konsep, Teknik dan Aplikasi Smart PLS 2.0 M3*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hair, J. F., Risher, J. J., Sarstedt, M., & Ringle, C. M. (2019). When to use and how to report the results of PLS-SEM. *European Business Review*, 31(1), 2–24.
- Hanum, N. (2017). Analisis Pengaruh Pendapatan Terhadap Perilaku Konsumsi Mahasiswa Universitas Samudra di Kota Langsa. *Jurnal Samudra Ekonomika*, 1(2), 107–116.
- Herawan, M. N. G., Savitri, C., & Faddila, S. P. (2022). PENGARUH BRAND AMBASSADOR “BLACKPINK” DAN BRAND IMAGE TERHADAP MINAT BELI DI APLIKASI SHOPEE PADA MAHASISWA MANAJEMEN ANGKATAN 2018 UNIVERSITAS BUANA PERJUANGAN KARAWANG. *BUANA ILMU*, 7(1), 19–32.
- Hidayat, R., & Resticha, D. (2019). Analisis Pengaruh Variasi Produk Dan Labelisasi Halal Terhadap Kepuasan Konsumen Untuk Meningkatkan Minat Beli Ulang Pada Kosmetik Wardah. *Journal of Applied Business Administration*, 3(1), 40–52.
- Hidayat, R. S., & Sutopo, S. (2016). Analisis pengaruh persepsi harga dan promosi terhadap keputusan pembelian konsumen (Studi kasus pada warung spesial bebek goreng andalan). *Diponegoro Journal of Management*, 5(3), 1168–1177.
- Hudzaifah, H., & Idris, I. (2018). ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KEPERCAYAAN MEREK TERHADAP MINAT BELI ULANG YANG DIMEDIASI OLEH KEPUASAN KONSUMEN (Pada Konsumen Samsung Smartphone di Undip). *Diponegoro Journal of Management*, 7(2), 221–227.
- Hurriyati, R. (2005a). Bauran pemasaran dan loyalitas konsumen. *Bandung: Alfabeta*, 129, 29.
- Hurriyati, R. (2005b). Marketing mix and consumer loyalty. *Bandung: Alfabeta*.
- Isnani, M. F., & Rubiyanti, R. N. (2021). Pengaruh Brand Ambassador Terhadap Minat Beli Tiket. Com Di Jawa Barat. *EProceedings of Management*, 8(1).
- Juniantara, I. M. A., & Sukawati, T. G. R. (2018). Pengaruh persepsi harga, promosi, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan dan dampaknya terhadap loyalitas konsumen. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 7(11), 5955.
- Kotler, P., Armstrong, G., Ang, S. H., Leong, S. M., Tan, C. T., & YAU, O. (2018). *Principles of marketing: An global perspective*.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen pemasaran*. edisi.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2019). *Manajemen pemasaran*. edisi.
- Kurniasari, F., & Sugiyanto, E. K. (2020). Dimensi Kualitas Pelayanan Sebagai Upaya Peningkatan Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Pelanggan Hotel X Semarang). *Business Management Analysis Journal (BMAJ)*, 3(2), 112–125.
- Lee, S., Illia, A., & Lawson-Body, A. (2011). Perceived price fairness of dynamic pricing. *Industrial Management & Data Systems*.
- Lestari, B., & Novitaningtyas, I. (2021). Pengaruh Variasi Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Beli Ulang Konsumen pada Coffeerville-Oishi Pan

- Magelang. *Jurnal Nasional Manajemen Pemasaran & SDM*, 2(3), 150–159.
- Mardiani, A. S., & Wardhana, A. (2018). Pengaruh Brand Ambassador terhadap Minat Beli Bandung Kunafe Cake. *EProceedings of Management*, 5(2).
- Palelu, D. R. G., Tumbuan, W. J. F. A., & Jorie, R. J. (2022). Pengaruh Persepsi Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Kamsia Boba Di Kota Lawang. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 10(1), 68–77.
- Pambudi, A. R. (2019). Pengaruh Store Layout dan Food Quality Terhadap Minat Beli Ulang dan Customer Satisfaction Pada Ready To Eat Bakery. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 13(1), 1–7.
- Peburiyanti, D., & Sabran, S. (2020). Pengaruh Promosi Penjualan, Variasi Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang Pada Butik Kanabini Di Tenggarong. *Jurnal Ekonomi & Manajemen Indonesia*, 20(1).
- Prabowo, G. A. (2015). PENGARUH PERSEPSI HARGA, KUALITAS PRODUK, KUALITAS LAYANAN DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi pada CV. Matahari Pink Inspiration Madiun). *FIPA: Forum Ilmiah Pendidikan Akuntansi*, 3(2).
- Pramana, B. N., & Soebiantoro, U. (2023). Pengaruh Kualitas Produk dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Es Krim Wall's di Sidoarjo Kota. *Reslaj: Religion Education Social Laa Roiba Journal*, 5(3), 976–986.
- Pramono, R. A. (2014). Pengaruh Brand Awareness, Perceived Quality Dan Brand Image Terhadap Brand Satisfaction Dan Brand Loyalty Pada Jasa Biro Perjalanan Antar Kota Di Kota Malang. *Jurnal Aplikasi Manajemen*, 11(3), 354–364.
- Presilia, S. (2021). Pengaruh brand ambassador Atta Halilintar dan Saaih Halilintar terhadap minat beli. *KALBISOCIO Jurnal Bisnis Dan Komunikasi*, 8(1), 1–8.
- Roisah, R., Meliawati, Y., & Angliawati, R. Y. (2021). Meningkatkan Minat Beli Melalui Brand Ambassador. *Service Management Triangle: Jurnal Manajemen Jasa*, 3(1), 7–19.
- Safitri, P. U. D. (2021). Tanggung Jawab Pelaku Usaha Terhadap Konsumen Atas Iklan Produk Kosmetik Yang Menyesatkan. *Jurnal Legislasi Indonesia*, 18(4), 541–555.
- Samosir, L. S., Putri, Y. R., & Nurfebriani, S. (2016). Pengaruh Penggunaan Brand Ambassador Dewi Sandra Terhadap Putusan Pembelian Kosmetik Wardah Di Kota Bandung. *Jurnal Sositologi*, 15(2), 233–240.
- Sangadji, E. M., & Sopiah, S. (2013). The Effect of Organizational Culture On Lecturers' Job Satisfaction and Performance: A Research in Muhammadiyah University throughout East Java. *International Journal of Learning & Development*, 3(3), 1–18.
- Sari, D. M., & Susilowati, S. (2018). Harga, kualitas produk, dan promosi pada kepuasan pelanggan seluler. *Journal Fakultas Ekonomi Universitas Dr Soetomo*, 27(3), 109–119.
- Sari, S., Syamsuddin, S., & Syahrul, S. (2021). Analisis Brand Awareness dan Pengaruhnya terhadap Buying Decision Mobil Toyota Calya di Makassar. *Journal of Business Administration (JBA)*, 1(1), 37–48.
- Sasmita, Y. (2019). Pengaruh Brand Ambassador dan Brand Image Terhadap

- Keputusan Pembelian Pada Handphone Oppo (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi). *Tijarah: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 2(18).
- Schiffman, L., O’Cass, A., Paladino, A., & Carlson, J. (2013). *Consumer behaviour*. Pearson Higher Education AU.
- Sugiyono. (2019a). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2019b). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (28th ed.). Alfabeta.
- Thach, L., Riewe, S., & Camillo, A. (2021). Generational cohort theory and wine: analyzing how gen Z differs from other American wine consuming generations. *International Journal of Wine Business Research*, 33(1), 1–27.
- Thoriq, A. F. P., & Yuliana, E. (2015). Pengaruh Brand Awareness Terhadap Minat Beli Konsumen Jasa Reservasi Hotel Secara Online Pada Situs Www. Goindonesia. Com, *e-Proceeding of Management*, 2, 2611.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2016). *Pemasaran Strategik*, Edisi 2, Yogyakarta, CV. Andi Offset.
- Wardhana, A. (2022). *Brand Image dan Brand Awareness* (pp. 105–119).
- Wirawan, A. A., Sjahrudin, H., & Razak, N. (2019). *Pengaruh Kualitas Produk dan Lokasi Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Pada Lamuna Coffee di Kabupaten Bone*.
- Yusiana, R., & Maulida, R. (2015). Pengaruh Gita Gutawa sebagai brand ambassador pond’s dalam mempengaruhi keputusan pembelian (studi kasus pada mahasiswi Universitas Telkom jurusan D3 manajemen pemasaran). *Jurnal Ecodemica: Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis*, 3(1), 311–316.
- Zahroq, E. L., & Asiyah, B. N. (2022). Analisis Penentu Keputusan Pembelian dan Implikasinya Terhadap Minat Beli Ulang Pada Pengguna Shopee Generasi-Z. *Juremi: Jurnal Riset Ekonomi*, 2(1), 83–98.