

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, M., Tumbel, T. M., & Kalangi, J. A. (2020). Pengaruh Citra Merek Terhadap Minat Beli Produk Oriflame Di Kota Manado. *Jurnal Administrasi Bisnis (Jab)*, 10(1), 25-31.
- 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).
- Amelia, S. R., Nisya, S. M. A., & Muzdalifah, L. (2023). Pengaruh Brand Ambassador, *Brand image*, Dan Country Of Origin Terhadap Minat Beli Konsumen. *Journal of Creative Student Research*, 1(1), 143-162.
- Ardhani, F., Gunaningrat, R., & Muftiyanto, R. T. N. (2024). Pengaruh Brand Ambassador, Brand Awareness, Dan *Brand image* Terhadap Minat Masyarakat Dalam Berinvestasi Di Ajaib. *Jurnal Manajemen Riset Inovasi*, 2(2), 53-63.
- Balaka M. Yani. (2022). Metodologi Penelitian Kuantitatif. Bandung. *Widina Bhakti Persada Bandung*. 1, 1-150
- Didik Harjadi & Iqbal Arraniri.(2021). Buku *Experiental Marketing &Kualitas Produk*.<https://shorturl.at/bitxD>
- Efendi, N., Lubis, T. W. H., &Ginting, S. O. (2023). Pengaruh Citra Merek, Promosi, KualitasPelayan Dan Store Atmosphere TerhadapKepuasanKonsumen. *Jurnal Ekonomi*, 28(2), 197-215.
<https://doi.org/10.24912/je.v28i2.1626>
- Firmansyah, M. A. (2023). *PemasaranProduk dan Merek: Planning & Strategy*. Penerbit Qiara
Media.[file:///C:/Users/user/Downloads/BukuPemasaranProdukdanMerek %20\(2\).pdf](file:///C:/Users/user/Downloads/BukuPemasaranProdukdanMerek%20(2).pdf).
- Meutia, K. I., Hadita, H., &Widjarnarko, W. (2021). Dampak *Brand image* dan Harga terhadap Keputusan PembelianProdukMiniso. *Journal of Technopreneurship on Economics and Business Review*, 2(2), 75–87.
<https://doi.org/10.37195/jtebr.v2i2.68>
- Oktaviany, L., & Dora, Y. M. (2023). Pengaruh Citra Merek dan Harga Terhadap Minat Beli Yamaha Fino 125 Blue Core di Kota Bandung. *Jurnal Bisnis, Ekonomi, dan Sains*, 3(1), 439-450.
- Pradipta, D. A. A. (2012). Pengaruh Citra Merek (*Brand image*) terhadap Loyalitas Konsumen Produk Oli Pelumas PT Pertamina (Persero) Enduro 4T di Makassar. *Skripsi. Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Universitas Hasanuddin. Makasar*.