

DAFTAR PUSTAKA

- Ambassador, P. B., Beli, M., Terhadap, D. A. N. T., S, M. H., & Sriyanto, A. (2018). (*Studi Pada Situs Jual Beli Online Shop Shopee Indonesia di Universitas Budi Luhur Periode Februari – April 2018*). April.
- Andri, Indraja. 2014. "Pengaruh *Brand Ambassador* dan Testimoni Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Carvil". *Jurnal Manajemen Bisnis*, 34(12), 81-102 (Jurnal)
- Aslinda, Isnaini. 2016. "Pengaruh *Brand Ambassador* dan Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Produk Ponds di Kota Jember)" *Jurnal Univerision Vegeri Jember*. 26(10)
- Azizuddin, I., Maksum, I., & Fikriah, N. L. (2020). Bauran Pemasaran dan Minat Beli Konsumen Produk Kosmetik Wardah dalam Prespektif Islam. *Journal Industrial Engineering & Management Research (JIEMAR)*, 1(2), 111–123.
- Dan, I., Terhadap, K., & Beli, M. (2022). *Pengaruh promosi, persepsi kemudahan, kualitas informasi dan kepercayaan terhadap minat beli pada*
- Fabiana Meijon Fadul. (2019). *Pengaruh kualitas produk dan harga terhadap minat beli konsumen (Study kasusblackmaroon pada bettafarm)*. 13–36.
- Harianti, E. S. (2022). Pengaruh Content Marketing Dan Sosial Media Influencer Pada Tik Tok Terhadap Keputusan Pembelian Produk Prettywell Kota Kediri. *Senmea*, 7, 1–25.
- Ferdiana Fasha, A., Rezqi Robi, M., & Windasari, S. (2022). Determinasi Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli: Brand Ambassador Dan Brand Image (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(1), 30–42. <https://doi.org/10.38035/jmpis.v3i1.840>
- Gilang, D.B. (2022), Pengaruh *Brand Ambassador*, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Mie Instan Lemontlo Di Yogyakarta (Sekolah Tinggi Ilmu

Ekonomi Yogyakarta).

Hakim, L. (2018). *Korean Wave* Sebagai Bagian Dari Strategi Ekonomi Korea Selatan Di Asia Tenggara (Universitas Muhammadiyah Yogyakarta).

Hendayana, Y., & Afifah, N. (2021). Pengaruh *Brand Ambassador* Dan *Korean Wave* Terhadap Minat Belanja Online Melalui Marketplace Tokopedia. *Kinerja*, 3(1), 32–46. <https://doi.org/10.34005/kinerja.v3i1.1285>

Immaculata, M. A., & Setyo Utami, L. S. (2021). Pengaruh Popularitas Brand Ambassador NCT 127 terhadap Minat Beli Produk Nu Green Tea oleh Konsumen. *Prologia*, 5(2), 261. <https://doi.org/10.24912/pr.v5i2.10169>

Irvanto, O., & Sujana, S. (2020). Pengaruh Desain Produk, Pengetahuan Produk, Dan Kesadaran Merek Terhadap Minat Beli Produk Eiger. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 8(2), 105–126. <https://doi.org/10.37641/jimkes.v8i2.331>

Japarianto, E., & Adelia, S. (2020). Pengaruh Tampilan Web Dan Harga Terhadap Minat Beli Dengan Kepercayaan Sebagai Intervening Variable Pada E-Commerce Shopee. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 14(1), 35–43. <https://doi.org/10.9744/pemasaran.14.1.35-43>

M. Agustian. (2019). Pengaruh Minat Beli Terhadap Kepuasan Konsumen Studi Analisis Aktifitas Belanja Online Shop Mahasiswa UIN SUSKA RIAU Menurut Perspektif Ekonomi Islam. *SKRIPSI, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau*.

Meldarianda, R., Lisan, H., Kristen, U., & Bandung, M. (2010). Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Resort Café Atmosphere Bandung. *Jurnal Bisnis Dan Ekonomi (JBE)*, 17(2), 97–108.

Minat, P. (2004). *Kajian puastaka . Minat Beli B . Daya Beli Konsumen*. 7–26.

Nufus, H., & Handayani, T. (2022). *Strategi Promosi dengan Memanfaatkan*

Media Sosial TikTok dalam Meningkatkan Penjualan (Studi Kasus pada TN Official Store). 6(1), 21–34.

Saidani, B., & Arifin, S. (2012). Pengaruh kualitas produk dan kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen dan minat beli pada ranch market. *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*, 3(1), 1–22.

Siskhawati, L., & Atman Maulana, H. (2021). *The Influence of Brand Ambassador And Korean Wave on Purchase Decision For Neo Coffe Products*. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 24, 1-7.

Sari, S. P. (2020). *Hubungan Minat Beli Dengan Keputusan Pembelian Pada Konsumen*. 8(1), 147–155.

Utami, N., Silalahi, P. R., & Tambunan, K. (2022). Pengaruh Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian Pada E-Commerce Tokopedia (Studi Kasus Remaja Kota Medan). *Jurnal Ilmu Komputer, Ekonomi Dan Manajemen (JIKEM)*, 1(1), 41–46.