

DAFTAR PUSTAKA

- Adolph, R. (2016). *Pengaruh Citra Merek Terhadap Minat Beli Produk Orivlame di Kota Manado*. 1–23.
- Ahmad, M., Tumbel, T. M., & ... (2020). Pengaruh Citra Merek Terhadap Minat Beli Produk Oriflame Di Kota Manado. *Jurnal Administrasi Bisnis ...*, 10(1), 25–31.
<https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/jab/article/view/28826%0Ahttps://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/jab/article/download/28826/28141>
- Ali, N., Tamengkel, L. F., & Punuindoong, A. (2023). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Kepuasan Konsumen CV Bebi Tri Sentosa Kota Bitung. *Productivity*, 4(6), 731–736. <https://doi.org/10.35797/ejp.v4i6.51390>
- Anjayani, R. P., & Febriyanti, I. R. (2022). Analisis strategi bauran pemasaran untuk meningkatkan volume penjualan (studi pada UMKM YJS Sukabumi). *Jurnal Multidisiplin Madan*, 2(9).
- Christine, C., & Budiawan, W. (2017). Analisis Pengaruh Marketing Mix (7P) terhadap Minat Beli Ulang Konsumen (Studi pada House of Moo, Semarang). *Industrial Engineering Online Journal*, 6(1).
- Dwi, H. (2016). *Analisis Budaya Kerja, Motivasi Kerja dan Lingkungan Kerja Terhadap Kepuasan Kerja Karyawan (Studi Pada Universitas Muhammadiyah Jember)*. 4(June), 2016.
- Eri, S. (2019). Manajemen Sumber Daya Manusia. *Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 9(2), 952–962.
- Ghandi, G. (2020). Pengaruh Brand Trust, Brand Awareness Dan Brand Positioning Terhadap Keputusan Pembelian Motor Merek Honda Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Ponorogo. In *Jurnal Ilmu Pendidikan* (Vol. 7, Issue 2).
- Hilmi, R. Z., Hurriyati, R., & Lisnawati. (2018). *Pengaruh Social Media Marketing, Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Interventing Pada J.CO DONUTS & COFFEE SEMARANG*. 3(2), 91–102.
- Husein, A. (2016). Analisis Pengaruh Iklan Dan Celebrity Endorser Terhadap Citra Merek Dalam Meningkatkan Minat Beli Shampoo Pentene Pada Masyarakat Kota Pekanbaru. *JOMFekom*, 2(1), 1–15.
- Lestari, J. S., Farida, U., & Chamidah, S. (2020). Pengaruh Kepemimpinan, Kedisiplinan, Dan Lingkungan Kerjaterhadap Prestasi Kerja Guru. *ASSET: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 2(2), 38–55.
<https://doi.org/10.24269/asset.v2i2.2388>
- Ma'rifah, I., Hariyanti, & Nuryati. (2021). Marketing Mix Strategy In Increasing

- Customer Loyalty In Batik Keris Surakarta. *KELOLA : Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 8(1), 44–54. <https://e-journal.stie-aub.ac.id/index.php/kelola>
- Makmudah, & Reza, T. . (2022). Jurnal Administrasi Bisnis 2016 Jurnal Administrasi Bisnis 2016. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 2(3), 449–460.
- Mamonto, Tumbuan, & Rogi. (2021). Analisis Faktor-Faktor Bauran Pemasaran (4P) Terhadap Keputusan Pembelian Pada Rumah Makan Podomoro Poigar Di Era Normal Baru. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 9(2), 110–121.
- Manan, Y. M., & Azizah, K. N. (2021). Strategi Pemasaran Produk Penghimpunan Dana Tabungan Rinjani Ib Bsr Pada Bprs Bumi Rinjani Kepanjen Kantor Kas Lawang. *JPSDa: Jurnal Perbankan Syariah Darussalam*, 1(2), 151–165. <https://doi.org/10.30739/jpsda.v1i2.999>
- Manulang, M. (2001). *Dasar-Dasar Manajemen*. Gajah Mada University Press. <https://doi.org/3>
- Muchlisin Riadi. (2023). Pemasaran Relasional (Relationship marketing). *Kajian Pustaka*.
- Nabilah, S., Lubis, A., & Tarigan, E. D. S. (2020). Pengaruh Strategi Bauran Pemasaran Terhadap Kepuasan Konsumen pada Aroma Bakery dan Cake Medan. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 1(1), 1–12. <http://repository.uma.ac.id/handle/123456789/10966>
- Ningrum, D. P. (2021). Bauran Pemasaran pada Bisnis Chockles Es Cokelat Di Kota Yogyakarta. *Jurnal PIKMA : Publikasi Ilmu Komunikasi Media Dan Cinema*, 3(1), 1–13. <https://doi.org/10.24076/pikma.2020v3i1.346>
- Novia. (2021). Pengaruh *Selebgram endorse* Dan Iklan Melalui TV Maupun Sosial Media Terhadap Minat Beli Konsumen Pada TOKOPEDIA di Jakarta Pusat Diajukan kepada Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Wiyatamandala untuk. *Skripsi*, 1(11), 118.
- Nurma Dewi, A., & Setiawan, D. (2024). Analisis Strategi Bauran Pemasaran Pada Bisnis Kuliner (Studi Kasus CV. Gehu Extra Pedas Chili Hot). *GREAT: Jurnal Manajemen Dan Bisnis Islam*, 1(1), 5–23. <https://doi.org/10.62108/great.v1i1.477>
- Raldianingrat, W., & Fitria, F. (2022). Pengaruh Marketing Mix Dan Persepsi Konsumen Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Home Industry Donat Kentang Madona Di Kecamatan Unaaha. *PROMOSI (Jurnal Pendidikan Ekonomi)*, 10(1), 82–96. <https://doi.org/10.24127/pro.v10i1.5414>
- Ramadayanti, F. (2019). Peran Brand Awereness terhadap Keputusan Pembelian Produk. *Jurnal Studi Manajemen Dan Bisnis*, 6(2), 111–116. <https://doi.org/10.21107/jsmb.v6i2.6690>
- Ranika, D., & Oetama, S. (2021). Pengaruh *Selebgram endorse* dan Harga terhadap

Minat Beli pada Onlineshop #msglowsampit. *E-Jurnal Profit (Jurnal Penerapan Ilmu Manajemen Dan Kewirausahaan)*, 6(1), 42.

Sampe, Y. D., & Marie Tahalele. (2023). Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Merek Vivo Pada Toko Bandung Jaya A.Y Patty Ambon. *Jurnal Administrasi Terapan*, VOLUME. 2(1), 50.

Setiawan, E., & Steven. (2021). Minat Beli Konsumen Di Bakso Kota Cak Man Magelang. *Jurnal Pariwisata Vokasi (JPV)*, 2, 34–41. <https://jurnal.akparnhi.ac.id/jvp/article/view/11>

Siregar, & Wanda, S. A. (2019). *Pengaruh Celebrity Endorser dan Tagline Terhadap Keputusan Pembelian Bolu Napoleon di Jln Wahid Hasyim Medan* (Vol. 1, Issue 2). Universitas Medan Area.

Stephanie, E., Rumambi, L. J., Sondang, Y., Si, S., Sc, M., Pemasaran, J. M., Petra, U. K., & Siwalankerto, J. (2014). *Analisa Pengaru Rio Dewanto Dan Donita Sebagai Selebriti Endorser Teradap Minat Beli Prduk AXE Anarchy Dengan Da Tarik Iklan Dan Efek Iklan Sebagai Variabel Intervening*. 1(2), 1–9.

Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitati dan R&D*. Alfabeta.

Wijayanti, S., & Nurhidayati, M. (2020). *Pengaruh Iklan Melalui Selebgram endorse dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Konsumen Kosmetik Implora*. PhD Thesis.

Wijoyo, E. A., Immanuel, D. M., & Setiobudi, A. (2021). Pengaruh Persepsi Harga Dan Promosi Terhadap Minat Beli Produk Gs Clothing. *Performa*, 4(5), 708–714. <https://doi.org/10.37715/jp.v4i5.1690>