

DAFTAR PUSTAKA

- Author's Guide*, Buku Pedoman Penulisan Skripsi, Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Bisnis Universitas Muria Kudus.
- Adrie Charviandi; Henny Noviany. (2023). *Buku Manajemen Pemasaran (Perspektif Digital Marketing) EUREKA MEDIA AKSARA*.
- Andi, Suyono, Hafis, P. Al, & Hendri. (2020). Pengaruh Celebrity Endorser, Kualitas Produk, Desain Produk Terhadap Minat Beli Smartphone Asus Pada Mahasiswa Pelita Indonesia. *Jurnal Ilmiah Manajemen*, 8(1), 23–36. <http://www.ejournal.pelitaindonesia.ac.id/ojs32/index.php/PROCURATIO/index>
- Damanik, S. W. H., & Purba, R. (2020). Pengaruh Kualitas Produk dan Iklan terhadap Minat Beli Konsumen Produk Bedak Tabita Skincare. *Ekonomis: Journal of Economics and Business*, 4(2), 335. <https://doi.org/10.33087/ekonomis.v4i2.158>
- Eva, E., & Widya, P. R. (2021). Pengaruh Kesadaran Merek Dan Citra Merek Terhadap Minat Masuk Calon Mahasiswa Baru Di Institut Shanti Bhuana. *UMMagelang Conference Series*, 312–325.
- Ferdiana Fasha, A., Rezqi Robi, M., & Windasari, S. (2022). Determinasi 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>
- Kamil, A. I., & Ananda, N. A. (2021). Minat Beli Susu L-men yang Dipengaruhi Brand Image dan Celebrity Endorser pada Masyarakat Kecamatan Unter Iwes: Indonesia. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 4(2), 1–9. <https://www.neliti.com/id/publications/407371/>
- Laraswanti, N. (2020). Pengaruh Celebrity Endorser, Brand Image, Brand Trust dan Variety of Selection Terhadap Minat Beli Body Lotion Scarlett Whitening (Studi Kabupaten Kebumen). *Jurnal Ekobis Dewantara*, 4(2).
- Maria Judith. (2022). Pengaruh Brand Awareness dan Social Media Marketing Terhadap Minat Beli pada Es Teh Indonesia di Jakarta. : : *Jurnal Mahasiswa Institut Teknologi Dan Bisnis Kalbis Volume*, 8(04), 1–9.
- Maysaroh, Fitri, A., & Qurniawati, E. F. (2022). Pengaruh Iklan di Facebook Terhadap Minat Beli Siswa di Kabupaten Rokan Hulu. *JSMM: Journal of Social Media and Message*, 1(1), 1–12. <https://journal.rc-communication.com/index.php/JSMM/article/view/2>

- Nurita-, A. R., Wijayanti-, R. F., Niaga, A., & Malang, P. N. (2021). PENGARUH IKLAN DAN POTONGAN HHARGA TERHADAP MINAT BELI. *Jurnal Aplikasi Bisnis*, 7(2), 165–168.
- Prayogo, A., Fauzi, A., Bagaskoro, D. S., Alamsyah, F. A., Tonda, F., Hafidzi, M. K., Fatturohman, M. R. H., & Wijaya, S. (2023). Pengaruh Brand Image , Viral Marketing dan Brand Awareness Terhadap Minat Beli Konsumen. *Jurnal Ilmu Multidisiplin*, 1(4), 754–763.
- Renaldi, P. A., & Yulianthini, N. N. (2022). Pengaruh Iklan dan Citra Merek serta Kepercayaan Merek terhadap Minat Beli Produk Kopi Siap Minum dalam Kemasan Merek Nescafe. *Jurnal Manajemen Perhotelan Dan Pariwisata*, 5(2), 163–170. <https://doi.org/10.23887/jmpp.v5i2.39647>
- Saraswati, U., & Rahmawati, I. (2021). Pengaruh Iklan Dan Brand Image Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Produk Pocari Sweat (Study Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas KH. A. Wahab Hasbullah). *Journal Of Management, Accounting, Economic and Business*, 2(1), 65–75.
- Sari, Y. R., Harliyani, S., & Sanjaya, V. F. (2022). Pengaruh Harga, Brand Image, Dan Celebrity Endorser Enzy Storia Terhadap Minat Beli Produk Erigo. *Business and Entrepreneurship Journal (BEJ)*, 3(1), 1–8. <https://doi.org/10.57084/bej.v3i1.782>
- Semuel, H., & Setiawan, K. Y. (2020). Manajemen Pemasaran. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 12(1), 47–52. <https://doi.org/10.9744/pemasaran.12.1.47>
- Sugiyono. (2022). METODE PENELITIAN KUANTITATIF Untuk penelitian yang bersifat: eksploratif, enterpretif, interaktif dan konstruktif. *Alfabeta*, 13(2), 225–227. <http://belajarpsikologi.com/metode-penelitian-kualitatif/>
- Widyastuti, S. (2018). Manajemen Komunikasi Pemasaran Terpadu: Solusi Menembus Hati Pelanggan. In *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2016. Dasar-Dasar Pemasaran. Jilid 1. Edisi Ke 9. Jakarta: Erlangga.
- Alma, Buchari. 2013. Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. Bandung: Alfabeta
- Sunyoto, Danang. 2014. Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran (Konsep, Strategi, dan Kasus). Cetakan Ke 1. Yogyakarta: (Center for Academic Publishing Service),
- Ghozali, I. (2016). Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23 (Edisi 8) Cetakan ke-8. Semarang: Universitas Diponegoro.

- Wahjusaputri Shinta, M.M., & Anim Purwanto, M.Pd. (2021). Statistika Teori dan Aplikasi.
- Endang, & Arini, E. (2023). Pengaruh Celebrity Endorser, Daya Tarik Iklan, dan Kualitas Produk Terhadap Minat Pembelian Produk y.o.u Prosiding Seminar Nasional Business Corporate, 2(1), 61–68. <https://doi.org/10.35134/ekobistek.v11i4.459>
- Taufik, R. (2021). Hipotesis Penelitian Kuantitatif. Jurnal Ilmu Administrasi, 3(2), 96–102.
- Alexander L.Biel, (2020), *Brand equity and adversiting; adversiting role in building strong brand*. Lawrance Erlbaum associates. Inc, hillsadle
- Rifkhan. (2023). Pedoman Metodeologi Data Panel dan Kuisiонер.
- Ghozali Imam, M. Com, Ph. D, CA, Akt. (2021). Desain Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif untuk manajemen, Akutansi, Bisnis, dan Ilmu Sosial Lainnya.
- Felycia Meralda (2021) Pengaruh Citra Merek, Desain Produk dan Daya Tarik Iklan Terhadap Minat Beli *Make up* Korea di Manado, Jurnal Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Vol 3 (2), Universitas Sam Ratulangi
- Top Brand Award, https://www.topbrand-award.com/komparasibrand/bandingkan_id_award=1&id_kategori=id_subkategori=tahun=2023=ArisPerformance&brand2=Dymatize&brand3=Evolene&brand4=M1&brand5=OnNutrition
- Kompas.co.id, <https://kompas.co.id/article/10-top-brand-suplemen-fitness-whey/>, diakses pada tanggal 3 Maret 2024