

DAFTAR PUSTAKA

- Ajzen, I., 1991. *From Intentions to Actions: A Theory of Planned Behavior dalam J. Kuhl & J. Beckman, Eds., Action-control: From Cognition to Behavior*, Springer, Heidelberg
- Doucett, Elisabeth.,(2008). *Creating Your Library Brand, Communicating Your Relevance and Value to Your Patrons*. Chicago.
- Fauzi., 2020 Pengaruh promosi, kepercayaan terhadap minat beli produk tour pada PT. Green Deli Holidays Medan. Vol. 5, No.1.
- Geraldine Gaby, Candraningrum., 2020. Pengaruh Kredibilitas *Brand Ambassador-Non Celebrity* Analisa Widyaningrum Terhadap Keputusan Pembelian Hijabenka, Vol. 4, No.1.
- Gozali dan Imam., 2013. *Aplikasi Analisis Multivarian Dengan Program IBM SPSS. Edisi 7*. Penebit Universitas Diponegoro. Semarang
- Hakim Mustika, dkk., 2019. Pengaruh Promosi, Harga, Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Sepeda Motor Honda Di Kota Yogyakarta. Vol. 2, No.3.
- Hartono Rudi, dkk., 2020. Pengaruh Strategi Promosi Sosial Media (*instagram*) Dan *Word Of Mouth* Terhadap Pembelian Kuliner Mbok Taya, Vol. 9, No.3.
- Imelda Riska, Martini., 2019. Pengaruh Promosi Melalui Media Sosial Instagram Terhadap Minat Beli *Followers* Wardah Kosmetik, Vol. 6, No.1.
- Kotler dan Keller., 2016. *Marketing Management, Pearson: Prentice hall*.
- Mardiani Alifia Sarah. (2019). Pengaruh *Brand Ambassador* Terhadap Minat Beli Konsumen Bandung Kunafe Cake.
- Mulyadi M.R, Sani., 2020. Pengaruh *E Marketing Mix* Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Kasus Pada *E Commerce* di Indonesia), Vol. 3, No.1.
- Ningsih Fitri Agustia., 2020. Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Masyarakat Terhadap Produk Kosmetik Wardah Pada Masyarakat 38B Banjarejo. *Skripsi IAIN Metro*.

- Ningrum Nurvita Septya., 2016. Pengaruh *Brand Ambassador* Terhadap Minat Beli Konsumen MD *Clinic* By LaZeta. Vol. 9, No.2.
- Perdana Arizona., 2010. Penerapan Bauran Promosi Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Pada Asuransi Bumi Putra Syariah Surakarta. *Skripsi Universitas Sebelas Maret Surakarta*.
- Permata Ariestya Ayu. (2016) Pemanfaatan Media Sosial Untuk Jual Beli Online Di Kalangan Mahasiswa FISIP Universitas Airlangga Surabaya Melalui Instagram.
- Ridwan dan Engkos Ahmad Kuncoro., 2007. *Cara menggunakan dan memakai analisis jalur (path analysis)*. CV. Alfabeta. Bandung.
- Royan, Frans M. (2004). *Marketing Celebrities “ Celebrities Dalam Iklan dan Strategi Selebriti Memasarkan Diri Sendir”*. Jakarta: Alex Media
- Sari Indah, dkk. 2020., Pengaruh Akun Bisnis Media Sosial Instagram, *Word Of Mouth* Dan Inovasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kue Ulang Tahun *Homemade* Di Kota Makassar, Vol. 9, No.1.
- Sandra Syafira, Setyabudi., 2020. Pengaruh Terpaan Iklan Televisi Dan Kapabilitas *Brand Ambassador* Dengan Minat Beli Pada Produk Mie Sedaap, Vol. 8, No.3.
- Siregar Nurafrina, Renzika., 2017. Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen Dalam Menggunakan Indihome Sebagai Penyediaan Jasa Internet Di Kota MEDAN (Studi Kasus Kantor Plasa Telkom Cabang Iskandar Muda NO.35 Medan Baru). Vol.7, No.1.
- Sumarwan Ujang, dkk., 2013. *Pemasaran Strategik: Prespektif Value-Based Marketing & Pengukuran Kinerja*. IPB Press, Bogor.
- Sugiyono, 2017. *Metode penelitian bisnis pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi dan R & D*. PT. Alfabeta. Bandung.
- Tandio Thimotius, dan Widanaputra. 2016. Pengaruh Pelatihan Pasar Modal, return, Persepsi Risiko, Gender, dan Kemajuan Teknologi pada Minat Investasi Mahasiswa. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*.. No. 3. Vol.16.
- Tjiptono Fandy, Gregorius., 2017. *Pemasaran Strategik: Mengupas Pemasaran Strategik, Branding Strategy, Customer Satisfaction, Strategi Kompetitif, Hingga E-Marketing Edisi 3*. ANDI, Yogyakarta.

Toni., 2020. Analisis Promosi Online Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Atlantis Kota Mataram Tahun 2019). *Skripsi Universitas Muhammadiyah Mataram*

Wulandari Citra., 2019. Pengaruh *Brand Ambassador* Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Oppo F3 Di Samarinda. Vol3, No.4

Yulianti., 2020. Analisis Strategi Promosi Melalui Pemanfaatan Media Sosial Instagram Dalam Meningkatkan Penjualan Produk Online Shop Ditinjau Dari Prespektif Ekonomi Islam (Studi Pada Miandsha Shop Bandar Lampung). *Skripsi Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung*