

## DAFTAR PUSTAKA

- Alkatiri, S., Tumbel, A. L., & Roring, F. (2017). *Pengaruh Daya Tarik Iklan dan Potongan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen pada Matahari Departement Store Manado Town Square*. Vol.5 No.2 Juni 2017, 1781–1792.
- Abdullah, A., & Rahman, M. A. (2021). *Hubungan Antara Daya Tarik Iklan dan Desain Kemasan Serta Pengaruhnya Terhadap Minat Beli Ulang Wardah Cosmetic yang Dimoderasi Brand*.
- Algamar Putra. (2017) *Pengaruh iklan dan kepercayaan merek terhadap minat beli konsumen*.
- Amala, S., Budimansyah, & Sanjaya, V. F. (2021). *Pengaruh Penggunaan Iklan dan Citra Merek terhadap Minat Beli Konsumen pada Produk Kecantikan Halal Safi dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada toko TOPSHOP Kota Bandar Lampung)*. Volume 2, No 2 (2021), 47-62.
- Ananda, A. N., & Jamiat, N. (2021). *Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Ulang Nature Republic*. e-Proceeding of Management : Vol.8, No.2 April 2021, 1440.
- Augusty, Ferdinand. *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian untuk skripsi, Tesis dan Disertai Ilmu Manajemen*. 2002. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Ardianto, K., Nuriska, F. P., & Nirawati, L. (2020). *Pengaruh Kepercayaan dan Ulasan Produk Terhadap Minat Beli Ulang Emina Pada Official Store Shopee di Kota Surabaya*. Volume 2 No 2, Oktober 2020, 62-75.
- Andarini, S., & Anggraeny, D. P. (2021). *Pengaruh Daya Tarik Iklan, E-Wom, Citra Perusahaan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Di Situs Belanja Online Tokopedia*. *Jurnal Revolusi Indonesia* . Vol.1 No.10 September 2021 ISSN: 2774-5325, 1038-1053.
- Choerunisa, A. H., & Indrawati, K. R. (2021). *Peran Kepercayaan, Keahlian, Dan Daya Tarik Celebrity Endorser Terhadap Minat Beli Pengguna Instagram Di Masa Pandemi Covid 19* . *Journal Of Psychology And Humanities* Vol.1 No.2 April 2021, 23-36.
- Geraldine, Y. M., & Susanti, A. (2021). *Pengaruh Merek, Kualitas produk, Sosial Media dan Harga terhadap Minat Beli Konsumen pada Produk Brand Wardah* . Vol. 3, No. 1, Juni 2021.

- Guslan, D., & Yani, M. A. (2021). *Pengaruh Kualitas Informasi, Harga produk dan Kepercayaan pelanggan terhadap Minat Beli konsumen di Zalora*. Vol. 11, No.01, Mei 2021, 21-36.
- Jackson, Tawas, H. N., & Arie, F. V. (2021). *Pengaruh Daya Tarik Iklan, Potongan Harga Terhadap Minat Beli Dan Keputusan Penggunaan Aplikasi Belanja Online Shopee (Studi Pada Mahasiswi Manajemen Angkatan 2017 Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Sam Ratulangi)*. Jurnal EMBA Vol.9 No.3 2021. ISSN: 2303-1174, 1402-1412.
- Johan, S., Juwita, R., & Megawati. (2021). *Pengaruh Electronic World Of Mouth, Brand Ambassador, Iklan, Dan Kepercayaan Terhadap Minat Beli Konsumen Pada E-Commerce Shopee Indonesia Pada Saat Pandemi (Studi Kasus Di Kota Palembang)*. Vol. 2 No. 2 April 2021, 174-182.
- Katubi. (2020). *Analisis Gaya Hidup, Bintang Iklan Dan Kepercayaan Terhadap Minat Beli Ulang Pada Konsumen Online Shopee*. Jurnal Penelitian dan Kajian Ilmiah Vo.18 No.3 Juli 2020, 203-219.
- Karundeng, N., Kalangi, J. A., & Walangitan, O. (2019). *Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Home Industri Pia Deisy Desa Kapitu Kecamatan Amurang Barat*. Jurnal Administrasi Bisnis Vol.8No.2 2019. ISSN: 2338-9605, 83-90.
- Kusuma, A. M., Hikmah, M. A., & Marom, A. (2020). *Pengaruh Islamic Branding, Kualitas Produk, dan Lifestyle Terhadap Minat Beli Produk Skincare Pada Generasi Milenial di Kabupaten Kudus*. Volume 8, Nomor 2, Desember 2020, 289-302.
- Mandasari, W. J., & Hidayat, I. (2018). *Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Harga, Iklan Dan Word Of Mouth Terhadap Minat Beli Yamaha N-Max*. Volume 7, nomor 9, September 2018, 1-16.
- Nurfitriana, S., & Iriani, F. (2018). *Citra Merek, Kualitas Produk, Harga Dan Pengaruhnya Pada Minat Beli Ulang Produk Kecantikan Wardah*. Vol.22 No.2 Desember 2018 ISSN: 1410-3737, 56-63.
- Pohan, M. M., & Sukmal, J. (2020). *Pengaruh Daya Tarik Iklan Terhadap Minat Beli (Studi Pada Smartphone Merk Oppo)*. Volume 02, no 01, maret 2020, 13-17.
- Priansa, d.j. (2017) *Perilaku Konsumen dalam Persaingan Bisnis Kompeteter*. Bandung: alfabeta.
- Qonita, A. (2018). *Analisis Pengaruh Iklan, Celebrity Endorser, Dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Wardah Kosmetik (Survei Pada Calon Konsumen*

Wardah Kosmetik Complek Pondok Pesantren Mulungan Wetan, Mlati, Sleman, DIY). Vol. 1 No. 8 Agustus 2018, 121-131.

Satria , A. D., & Sidharta, H. (2017). *Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Porkball*. Volume 2, Nomor 3, Agustus 2017, 398-408.

Sugiyono, P. D. (2018). *Metode penelitian kuantitatif kualitatif dan r&d*. Bandung: alfabeta.

Surhayati, Sustiyatik, E., Ruhamak, D., Susilo, U., & Gustiawan, W. D. (2021). *Pengaruh Harga, Persepsi Resiko Dan Kepercayaan Terhadap Minat Beli Pada UD. Trijaya Rizki Abadi Di Kabupaten Kediri*. Vol.2 No.1 Tahun 2021. ISSN: 2722-3361 , 182-191.

Susanti, V. E. (2021). *Pengaruh Kepercayaan, Citra Merek, Keamanan Terhadap Minat Beli Tiket Pada Situs Traveloka*. Journal of Economic, Business, Accounting. Vol.5 No.1 Desember 2021. ISSN: 2597-5234, 13-21.

Satria, A. A. (n.d.). *Pengaruh Harga, Promosi Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Perusahaan A-36*. Jurnal Manajemen Dan Start-up Bisnis Vol.2 No.1 April 2017, 45-53.

Subastian, D. V., Palupi, D. A., Firsya, E., & Sanjaya, V. F. (2021). *Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Celebrity Endorser Raffi Ahmad Terhadap Minat Beli Produk Skincare Ms.Glow*. Volume 2 No 1 (2021), 1-10.

Widiyanto, S., Hidayati, N., & Millaningtyas, R. (2017). *Pengaruh Celebrity Endorsement, Kualitas Produk Dan Daya Tarik Iklan Di Media Youtube Terhadap Minat Beli (Studi Pada FEB Angkatan 2017 Unisma)*. 67-77.

Wiryanata, I. J., Agung, A. P., & Angraini, N. N. (2020). *Analisis Pengaruh Iklan, Brand Trust Dan Brand Image Terhadap Minat Beli Konsumen Biznet Networks Di Kota Denpasar*. Values, Volume 1 Nomer 4, Tahun 2020, 201-208.

Zainuddin, D. (2018). *Pengaruh Kualitas Produk Dan Brand Image Terhadap Minat Beli Motor Matik*. Vol.10 No.3 Desember 2018. ISSN: 2502-5449, 220-227.

(<https://www.beautyhaul.com>, 2022)

(<https://www.tribunnewswiki.com>, 2022)

(<https://kemenperin.go.id>, 2020)

([www.topbrand-award.com](http://www.topbrand-award.com), 2021)