

DAFTAR PUSTAKA

- Amstrong, P. K. (2012). *Dasar-dasar Pemasaran*. Jakarta: Prenhallindo.
- Anak Agung Ngurah Tri Satyabimanyu, d. A. (2022). Pengaruh Inovasi Produk, Citra Merek, Dan Word Of Mouth Terhadap Minat Beli . *Perfoma: Jurnal Manajemen dan Start Up Bisnis* , 400-407.
- Andi. (2020). Pengaruh Celebrity Endorser, Kualitas Produk, Desain Produk Terhadap. *Procuratio: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 23-36.
- Aqsa, M. (2020). Pengaruh Iklan Online Terhadap Sikap Dan. *Prosiding Seminar Nasiona*, 82-89.
- Arifah, N. (2021). Pengaruh Iklan Online Dan Desain Produk Terhadap. *PERFORMA: Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*, 504-511.
- Benowati, S. G. (2020). Pengaruh Citra Merek Dan Electronic Word of Mouth. *Journal Of Management, Accounting, Economic and Business*, 356-370.
- Fauziah, N. (2019). Pengaruh Citra Merek Terhadap Minat Beli : Studi Pada. *Journal IMAGE* , 37-44.
- Febryanti, H. (2022). Pengaruh Word Of Mouth Dan Promosi Online. *AGRISCIENCE*, 164-178.
- Firli, O. M. (2021). Pengaruh Selebrity Endorsme, Brand Image, Dan Testimoni. *Jurnal Bahtera Inovasi*, 104-110.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program Ibm Spss 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gustiana, Z. (2021). Penerapan Algoritma C 4.5 Pada Pengaruh Iklan Online. *Jurnal SAINTIKOM (Jurnal Sains Manajemen Informatika dan Komputer)*, 91-96.
- Hatta, H. (2020). Iklan Online Dian Sastro Terhadap Minat Beli Pelanggan. *Journal of Entrepreneurship, Management, and Industry (JEMI)*, 1-5.
- Joesyiana, K. (2021). Pengaruh Celebrity Endorser Terhadap Minat Beli Pengguna Media Sosial. *eCo-Buss*, 332-347.
- Kadek Riza Nevilia, I. G. (2023). Pengaruh Celebrity Endorser, Brand Image, Brand Trust Terhadap Minat Beli Pada Coffeshop Ruang Bebas Kopi. *Values*, 115-130.
- Lay, R. G. (2019). Harga, Kualitas Produk Dan Word Of Mouth. *PERFORMA: Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*, 529-537.
- Leon Schiffman, L. L. (2008). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Penerbit ANDI.

- M. Arief Algiffary, Z. W. (2020). Pengaruh Celebrity Endorser, Online Advertising dan Word of Mouth. *Andalas Management Review*, 16-31.
- M. Zulviani, N. A. (2019). Pengaruh Citra Merek dan Harga Terhadap Minat Beli. *Journal EMA*, 1-13.
- Maimun Ahmad, T. M. (2020). Pengaruh Citra Merek Terhadap Minat Beli Produk Oriflame Di Kota Manado. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 25-31.
- Margahana, H. (2020). Analisis Pengaruh Iklan Online Terhadap Minat Beli. *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 145-154.
- Nira Nurfadillah, T. W. (2020). Pengaruh Iklan Online "Pixy" Pada Situs Youtube Terhadap Minat Beli Mahasiswi IKIP PGRI Kaltim. *Cendekia*, 23-37.
- Philip Kotler, K. L. (2009). *Management Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Ramlawati. (2020). Pengaruh Celebrity Endorsement Dan Citra Merek. *Jurnal Manajemen dan Organisasi Review (MANOR)*, 59-75.
- Rattu, R. M. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Word Of Mouth Terhadap Minat. *Jurnal EMBA*, 1476-1485.
- Retnani, A. P. (2021). Pengaruh Word Of Mouth, Harga, dan Kualitas Produk. *Journal of Sustainability Business Research*, 577-586.
- RM Putri, B. I. (2021). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Celebrity Endorser Terhadap Minat Beli. *Jurnal Ekobis Dewantara*, 12-25.
- Rokhmawati, H. N. (2022). Pengaruh Harga, Iklan Dan Citra Merek Terhadap. *Hospitality*, 515-525.
- Rully Pratama Agusta, C. K. (2019). Pengaruh Word Of Mouth Terhadap Minat Beli Konsumen. *e-Proceeding of Management*, 6266-6275.
- Sekar Meilana Kinanthi Astuti, A. L. (2021). Analisis Pengaruh Celebrity Endorse, Beauty Vlogger, Word Of Mouth, dan Brand Image Terhadap Minat Beli. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 53-62.
- Sugiyanto. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek Dan Word Of. *JURNAL PAPTUNG*, 10-23.
- Sugiyono. (2015). *Metode penelitian kuantitatif kualitatif dan r&d*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian dan Pengembangan*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Suliyanto. (2018). *Metode Penelitian Bisnis*. Yogyakarta: Yogyakarta : Andi, 2018.

Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Penerbit ANDI.

Watung, M. (2022). Pengaruh Elektronik Word Of Mouth Dan Celebrity Endorser Dengan. *Jurnal EMBA*, 1181 - 1191.

Wenny Pebrianti, A. M. (2020). Digital Marketing, e-WOM, Brand Awareness Dan Keputusan Pembelian Kopi Milenial. *Digital Marketing, e-WOM, Brand Awareness Dan Keputusan Pembelian Kopi Milenial*, 48-56.

Wiratna Sujarweni, V. (2018). *SPSS untuk penelitian* . Yogyakarta: Yogyakarta : Pustaka baru Press, 2018.

<https://peluangusaha.kontan.co.id/> (diakses pada 29 September 2022)

<https://peluangusaha.kontan.co.id/news/berawal-dari-reseller-melstorejkt-kini-buka-beberapa-toko-di-sejumlah-kota-besar> (diakses pada 28 Juni 2023)

