

DAFTAR PUSTAKA

- Saputra, R., & Karneli, O. (2018). Pengaruh Iklan dan Citra Merek terhadap minat Beli Konsumen Produk Merek Honda (Survei Konsumen pada Dealer CV. Cempaka Motor di Kabupaten Sijunjung) (Doctoral dissertation, Riau University).
- Tangka, G. C., & Dotulong, L. O. (2022). PENGARUH IKLAN DAN CITRA SEPATU MEREK VENTELA (VENTELA SHOES) STUDI PADA MAHASISWA JURUSAN MANAJEMEN FAKULAS EKONOMI UNSRAT ANGKATAN 2018. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 10(1), 383-392.
- Ariama, C. (2018). Pengaruh Iklan Dan Word Of Mouth Terhadap Minat Belanja Online Dengan Aplikasi Lazada. Samarinda: Universitas Mulawarman.
- Hartawan, E., Liu, D., Handoko, M. R., Evan, G., & Widjojo, H. (2021). Pengaruh Iklan di Media Sosial Instagram Terhadap Minat Beli Masyarakat Pada E-Commerce. *JMBI UNSRAT (Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi)*, 8(1).
- Kabaressy, M. S., & Handoyo, D. W. (2017). Pengaruh Kualitas Produk, Iklan, Dan, Citra Merek (Brand Image) Terhadap Keputusan Penggunaan Tolak Angin (Studi Kasus Pada Pengguna Tolak Angin Di Kota Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 6(4), 327-333
- GATI, R. B. (2019). PENGARUH IKLAN DAN CITRA MEREK TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PADA PRODUK AIR LE MINERALE DI KABUPATEN ENREKANG.
- Helmi, M. S. (2016). Faktor-faktor yang mempengaruhi minat beli konsumen pada cv master pasir pengaraian kabupaten rokan hulu (Doctoral dissertation, Universitas Pasir Pengaraian).
- Peronika, N., Junaidi, J., & Maryadi, Y. (2020). Pengaruh Brand Image Terhadap Minat Beli Produk Kosmetika Wardah Di Kota Pagar Alam. *Jurnal Ekonomia*, 10(1).
- Miati, I. (2020). Pengaruh Citra Merek (Brand Image) Terhadap Keputusan Pembelian Kerudung Deenay (Studi pada Konsumen Gea Fashion Banjar). *Abiwara: Jurnal Vokasi Administrasi Bisnis*, 1(2), 71-83.
- Prawira, M. Y., Butarbutar, M., Sherly, S., & Nainggolan, L. E. (2019). Pengaruh Iklan Terhadap Minat Beli Ulang Dengan Persepsi Konsumen Sebagai Variabel Intervening Pada Café Coffee TIME and Seafood Pematangsiantar. *Maker: Jurnal Manajemen*, 5(2).
- 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). *JURNAL ILMIAH EKONOMI DAN BISNIS TRIANGLE*, 2(2), 65-75.

Siregar, W. S., Margareth, C. C., & Fitri, N. (2021). PENGARUH CELEBRITY ENDORSER DAN BRAND IMAGE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SCARLETT WHITENING PADA MAHASISWA DI KOTA MEDAN. *Prosiding Konferensi Nasional Social & Engineering Polmed (KONSEP) 2021*, 2(1), 665-674.

Moloku, S. O., Tampi, J. R., & Walangitan, O. F. (2019). Pengaruh Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Smartphone Oppo Di IT Center Manado. *JURNAL ADMINISTRASI BISNIS (JAB)*, 8(2), 98-106.

Armalia, M., & Yuliana, Y. (2021). *PENGARUH IKLAN TELEVISI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK WARDAH PADA KONSUMEN WARDAH DI DESA CELAWAN KECAMATAN PANTAI CERMIN*. *Jurnal Akrab Juara*, 6(3), 86-93.

Kuspriyono, T. (2018). Pengaruh Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Apartemen Meikarta. *Cakrawala-Jurnal Humaniora*, 18(1), 59-66.

Srihadi, R. H., & Pradana, M. (2021). Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Body Mist The Body Shop Bandung. *eProceedings of Management*, 8(4).

Manik, C. D. (2020). Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Pada PT Astra International, Tbk Toyota Auto 2000 Bumi Serpong Damai. *Jurnal Al Azhar Indonesia Seri Ilmu Sosial*, 1(2), 111-117

