

DAFTAR PUSTAKA

- Alatas, S. L. (2020). Pengaruh celebrity endorser terhadap purchase intention melalui brand credibility. *Jurnal Manajemen*, 1(1).
- Andarista, F., Hariyani, D. S., & Fauzi, R. U. A. (2022). Pengaruh brand ambassador dan promosi terhadap minat beli brand Erigo melalui brand image sebagai variabel intervening. *Journal of Current Research in Business and Economics*, 1(2).
- Anggraeni, D., Muctar, S. R. N., & Ahmad, R. (2024). Pengaruh brand ambassador terhadap minat beli produk Mom Ung. *Jurnal Teknologi Informasi Dan Komunikasi*, 1(1).
- Arikunto, S. (2020). *Prosedur penelitian suatu pendekatan praktik*. Rineka Cipta.
- Arnould, E. J., & Thompson, C. J. (2020). *Consumer culture theory*. SAGE Publication.
- Ferdinand, A. (2006). *Metode penelitian manajemen: pedoman penelitian untuk skripsi, tesis, dan disertasi ilmu manajemen*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Foxall, G. R. (2022). *Consumer behaviour: A practical guide*. Wiley.
- Gassing, S. S., & Taufik, W. F. (2023). Pengaruh brand ambassador Ziva Magnolya terhadap minat beli (survei terhadap konsumen pengikut Instagram @barenbliss_id). *IKON: Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 1(1). <https://doi.org/10.37817/ikon.v29i1.2927>
- Ghozali, I. (2020). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 21*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hadi, S. (2020). *Statistik (jilid 2)*. Andi Offset.
- Haryanti, Y. A., Savitri, C., & Suroso. (2023). Pengaruh brand ambassador Bangtan Sonyeondan (BTS) dan brand image terhadap minat beli di Tokopedia pada generasi Z di Kabupaten Karawang. *Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ)*, 4(4), 3511–3522.
- Imron, A. A., & Wajdi, M. F. (2024). Analisis pengaruh brand image, diskon, dan brand ambassador terhadap minat beli produk Somethinc. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 4(2), 8350–8363. <https://doi.org/10.31004/innovative.v4i2.10336>
- Keller, K. L. (2020). *Strategic Brand Management: Building, Measuring, and Managing Brand Equity* (5th ed.). Pearson Education.
- Kontan. (2025). *Pengunjung Naik 3x Lipat, Sinar Mas Land Resmikan Proyek DP Mall Semarang Expansion*. <https://industri.kontan.co.id/news/pengunjung-naik-3x-lipat-sinar-mas-land-resmikan-proyek-dp-mall-semarang-expansion>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2017). *Principles of marketing* (17th ed.). Pearson.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2022b). *Marketing Management* (16th ed.). Pearson Education.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2022a). *Marketing management* (Baru). Prentice Hall.
- Kuncoro, M. (2021). *Metode kuantitatif: Teori dan aplikasi untuk bisnis dan ekonomi*. Gramedia Pustaka Utama.

- Lakan, F. N. S., & Hartanto, E. (2024). Pengaruh brand image MS Glow dan brand ambassador Marissya Icha terhadap minat beli produk MS Glow pada followers. *Retorika: Jurnal Komunikasi, Sosial Dan Ilmu Politik*, 1(2), 26–35.
- Lukitaningsih, A., Cahya, A. D., & Octavian, P. (2024). Pengaruh brand ambassador NCT Dream, E-WOM, dan brand image terhadap purchase intention pada produk mie instan Lemonilo. *Jurnal Maksipreneur: Manajemen, Koperasi, Dan Entrepreneurship*, 13(2), 497–513. <https://doi.org/10.30588/jmp.v13i2.1708>
- Mardiana, N. R. (2021). *Analisa pengaruh brand ambassador, citra merek, dan kualitas produk terhadap minat beli produk kosmetik Emina*. Universitas Ahmad Dahlan Yogyakarta.
- Metro Jateng. (2024). *Perluasan DP Mall Semarang terapkan strategi properti hijau*. Metro Jateng. (2024). Perluasan DP Mall Semarang [terahttps://metrojateng.com/2024/08/14/perluasan-dp-mall-semarang-terapkan-strategi-properti-hijau](https://metrojateng.com/2024/08/14/perluasan-dp-mall-semarang-terapkan-strategi-properti-hijau)
- Nafisa, K. N., & Juwita, H. A. J. (2024). Pengaruh brand ambassador dan brand image terhadap minat beli produk. *Jurnal Manajemen Pemasaran Dan Perilaku Konsumen*, 1(1). <https://doi.org/10.21776/jmppk.2024.03.3.24>
- Nazir, Moh. (2020). *Metode penelitian*. Ghalia Indonesia.
- Nugroho, A., & Putri, S. R. (2023). Pengaruh faktor internal dan eksternal terhadap purchase intention konsumen produk kosmetik di Indonesia. *Jurnal Manajemen Pemasaran Indonesia*, 1(1).
- Prabowo, T. A. (2021). Celebrity endorser terhadap minat beli produk Geist. *Performa*, 5(5), 431–439. <https://doi.org/10.37715/jp.v5i5.1820>
- Putri, E. D., Hidayati, A., & Puspita, V. (2024). Pengaruh brand ambassador boy group EXO dan variasi produk terhadap minat beli konsumen produk skincare Scarlett Whitening dengan brand image sebagai variabel intervening. *Economic Reviews Journal*, 3(3), 2300---. <https://doi.org/10.56709/mrj.v3i3.364>
- Rinata, G., Prihatma, G. T., Nurhayani, & Zaini, I. (2023). Pengaruh brand ambassador (Twice) dan brand image terhadap minat beli produk Scarlett Whitening pada media sosial Instagram. *Jurnal Manajemen Perusahaan: JUMPA*, 2(2), 1–9. <https://doi.org/10.30656/jumpa.v2i2.7188>
- Rossiter, J. R., & Percy, L. (2020). *Advertising and promotion management*. McGraw-Hill Education.
- Royan, F. M. (2020). *Marketing celebrities: Selebriti dalam iklan dan strategi selebriti memasarkan diri sendiri*. Alex Media.
- Salomon, M. R. (2020). *Consumer Behaviour: Buying, Having, and Being* (9th ed.). Pearson Education.
- Sari, M. R., & Wahjoedi. (2022). Pengaruh brand image terhadap keputusan pembelian konsumen pada produk fashion lokal di Surabaya. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 1(1).
- Sari, P. A., & Prabowo, H. (2022). Peran brand image dalam meningkatkan minat beli konsumen pada produk skincare. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 1(1).

- Schiffman, L. G., & Wisenblit, J. (2020). *Consumer Behavior* (12th ed.). Pearson Education.
- Schiffman, L. G., & Wisenblit, J. (2021a). *Consumer behavior* (12th ed.). Pearson Education.
- Schiffman, L. G., & Wisenblit, J. (2021b). *Consumer behavior* (12th ed.). Pearson Education.
- Setiadi, N. J. (2020). *Perilaku konsumen: Konsep dan implikasi untuk strategi dan penelitian pemasaran*. Kencana.
- Solomon, M., Russell-Bennett, R., & Previte, J. (2021). *Consumer behaviour*. Pearson Higher Education AU.
- Sugiono, S., Noerdjanah, N., & Wahyu, A. (2020). Uji validitas dan reliabilitas alat ukur SG posture evaluation. *Jurnal Keterampilan Fisik*, 5(1), 55–61.
- Sugiyono. (2022a). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2022b). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Susilawati, R., & Nugroho, M. T. (2024). Pengaruh brand image dan brand ambassador terhadap minat pembelian: Studi kasus pada pengguna aplikasi Shopee di kalangan mahasiswa manajemen angkatan 2020 Universitas Panca Sakti Bekasi. *Surplus: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 3(1), 253–264.
- Tjiptono, F. (2021). *Manajemen pemasaran dan kepuasan pelanggan*. Penerbit Tidak Diketahui.
- Yoel, D. A., Massie, J. D. D., & Tielung, M. V. J. (2024). Pengaruh brand image dan brand ambassador terhadap minat beli konsumen di era new normal pandemi Covid-19 pada Baskin-Robbins Manado Town Square. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 9(4).

