

DAFTAR PUSTAKA

- Alfiah, D., Sinulingga, G., Saloom, G., Johannes, R., Fathihani, Khatimah, H., Nugraha, J. P., Kristia, Batin, M. H., Beribe, M. F. B., Rosmawati, Rojiati, U., & Lestari, W. J. (2021). *TEORI PERILAKU KONSUMEN* (A. Jibril, Ed.). PT. Nasya Expanding Management.
- Adaby, O. C., & Nurhadi. (2022). Pengaruh *Brand Ambassador*, Brand Image Dan Electronic Word of Mouth Terhadap Minat Beli Produk Erigo Apparel. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis Universitas Multi Data Palembang*, 12(1).
- Ananda, I. G. N. Y. A., & Wisudawati, N. N. S. W. (2022). THE INFLUENCE OF *SOCIAL MEDIA MARKETING*, CONTENT MARKETING AND BRAND IMAGE ON INSTAGRAM TOWARD BUYING INTEREST (A Case Study on Consumer at Dahlia Beauty Salon). *JIM UPB (Jurnal Ilmiah Manajemen Universitas Putera Batam)*, 10(1).
- Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia. (2022). “APJII di Indonesia Digital Outlook 2022”. APJII. https://apjii.or.id/berita/d/apjii-di-indonesia-digital-outlook-2022_857
- Dahmiri. (2020). Pengaruh sosial media marketing dan brand equity terhadap minat beli. *KINERJA: Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 17(2), 194–201.
- Faradilla, M. A., & Andarini, S. (2022). Pengaruh *Brand Ambassador* Terhadap Minat Beli Produk Maybelline New York Melalui Sikap pada Iklan Sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 12(1).
- Ferdinand, Augusty. (2014). *Metode Penelitian Manajemen*, Semarang, Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23* (Edisi 8). Cetakan ke VIII. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2017). *Model Persamaan Struktural Konsep dan Aplikasi dengan Program AMOS 24 Update Bayesian SEM* (Edisi 7).
- GoFood. (2019). GoFood Tetap No.1 di Indonesia. *Gojek.Com/Blog*. <https://www.gojek.com/blog/gofood/gofood-tetap-no-1/>
- Greenwood, G. L. (2012). *Fashion Marketing Communications E-book*. Wiley.
- Gunelius, Susan. (2011). *30-Minute Social Media Marketing*. United States: McGraw-Hill Companies.
- Hair J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (n.d). *Multivariate data analysis*.

- Hutri, E. D., & Yuliviona, R. (2022). PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR SUZUKI DENGAN MINAT BELI SEBAGAI VARIABLE INTERVENING (Studi kasus: pada pengguna sepeda motor di kota Padang). *KUMPULAN EXECUTIVE SUMMARY MAHASISWA PRODI MANAJEMEN WISUDA KE 77 TAHUN 2022*, 20(2).
- Icek Ajzen 1985 dalam Imam Ghozali, I. A. 1985. (2020). *Theory of Planned Behavior*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Kasmir. (2017). *Customer Services Excellent : Teori dan Praktik*. Edisi 1. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Kemp, Simon. (2022). *Digital 2022: Indonesia*. DataReportal. <https://datareportal.com/reports/digital-2022-indonesia>
- Kotler, P. (2013). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip, Kevin Lane Keller. (2012). *Marketing Management*, 14th Edition. United States of America : Pearson
- Kotler, Phillip dan Kevin Lane Keller. (2016). *Manajemen Pemasaran*. Edisi 12 Jilid 1 & 2. Jakarta: PT. Indeks.
- Kurniasari, M., & Budiarmo, A. (2018). Pengaruh *Social Media Marketing*, Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening Pada J.Co Donuts & Coffee Semarang. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 7(1), 25. <https://doi.org/10.14710/jab.v7i1.22571>
- Laksamana, P. (2018). Impact of *Social Media Marketing* on Purchase Intention and Brand Loyalty: Evidence from Indonesia's Banking Industry. *International Review of Management and Marketing*, 6(1), 13–18.
- Lonika, P. T., & Setyanto, A. E. (2020). PENGARUH SALES PROMOTION, KUALITAS PELAYANAN, DAN PERSEPSI KEMUDAHAN PENGGUNAAN TERHADAP MINAT BELI MAHASISWA PADA JASA LAYANAN GO-FOOD (Studi Tentang Pengaruh Sales Promotion, Kualitas Pelayanan, dan Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Beli Mahasiswa Ilmu Komunikasi UNS Angkatan 2016-2017 sebagai Pengguna Jasa Go-Food Tahun 2019). *Jurnal Kommas*, 1.
- Maharsi, A. R., Njotoprajitno, R. S., Hadianto, B., & Wiraatmaja, J. (2021). The Effect of Service Quality and Customer Satisfaction on Purchasing Intention: A Case Study in Indonesia. *The Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 8(4), 475–482.
- Nisa, C., & Pramesti, D. A. (2020). How Do Effective Digital Marketing and *Brand Ambassador* Stimulate Purchase Intention Today? *Proceedings of the 1st Borobudur International Symposium on Humanities, Economics and*

Social Sciences (BIS-HESS 2019).
<https://doi.org/10.2991/assehr.k.200529.075>

- Pradipta, A. R., Salsyabila, S. R., & Kusnanto, D. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Minat Beli. *JURNAL MANAJEMEN*, 13(2), 179–187.
- Prof. Dr. H. Siswoyo Haryono, MM, M.Pd. Parwoto Wardoyo, ST, MM. (2012). STRUCTURAL EQUATION MODELING Untuk Penelitian Manajemen Menggunakan AMOS 18.00. Badan Penerbit PT. Intermedia Personalia Utama.
- Purwati, A., & Cahyanti, M. M. (2022). Pengaruh *Brand Ambassador* Dan Brand Image Terhadap Minat Beli Yang Berdampak Pada Keputusan Pembelian. *IQTISHADUNA: Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita*, 11(1), 32–46.
<https://doi.org/10.46367/iqtishaduna.v11i1.526>
- Putri Sabella, V., Agus Hermawan, & Titis Shinta Dhewi. (2022). The Influence of *Brand Ambassador* and *Social Media Marketing* on Purchase Intention Through Brand Image (Study on Consumers “Sang Dewa Snack”). *International Journal Of Humanities Education and Social Sciences (IJHESS)*, 2(1). <https://doi.org/10.55227/ijhess.v2i1.217>
- Royan, F. (2004). *Marketing Celebrities*. PT. Elex Media Komputindo.Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: PT Alfabeta.
- Sari, S. P. (2020). Hubungan Minat Beli Dengan Keputusan Pembelian Pada Konsumen. *Psikoborneo*, 8(1), 147–155.
- Sekaran, U. dan Roger B. (2016). *Research Methods For Business: A Skill Building Approach 7th edition*. United Kingdom: John Wiley & Sons.
- Siswanto, Tito. (2013). Optimalisasi Sosial Media sebagai Media Pemasaran Usaha Kecil Menengah. *Jurnal Liquidity*, 2(1), Hal: 80-86.
- Swastha., & Irawan. (2013). *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Penerbit Liberty.
- Tenggara Strategics. (2022). *Online Food Delivery (OFD) Consumption Behavior and Perception Survey in Indonesia*. Tenggara Strategics. <https://tenggara.id/research/Online-Food-Delivery-OFD-Consumption-Behavior-and-Perception-Survey-in-Indonesia>