

## DAFTAR PUSTAKA

- Al Hafis, P. (2020). *Procuratio: Jurnal Ilmiah Manajemen THE EFFECT OF CELEBRITY ENDORSER, PRODUCT QUALITY, AND PRODUCT DESIGN ON PELITA INDONESIA STUDENTS' BUYING INTEREST OF ASUS SMARTPHONE* (Vol.8,Issue1).  
<http://www.ejournal.pelitaindonesia.ac.id/ojs32/index.php/PROCURATIO/index>
- Ali, M., & Raza, S. A. (2017). Service quality perception and customer satisfaction in Islamic banks of Pakistan: the modified SERVQUAL model. *Total Quality ManagementandBusinessExcellence*,28(5–6),559–577.  
<https://doi.org/10.1080/14783363.2015.1100517>
- Aptaguna, A., & Pitaloka, E. (2022). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Harga. *Widyakala* , 3, 49–56.
- Bakti, U., & Septijantini Alie, M. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Produk dan Harga Terhadap Minat Beli Pada Toko Online Lazada di Bandar Lampung. In *Jurnal Ekonomi* (Vol. 22, Issue 1). <https://mediakonsumen.com/2018/05/14/sur>
- Faradilla, M. A., & Andriani, 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), 97–104.
- Fauzi, I., Febriadi, S. R., & Eprianti, N. (2021). Tinjauan Nilai-Nilai Etika Bisnis Islam terhadap Penunjukkan Artis sebagai Brand Ambassador pada Produk Zoya Fashion Cabang Penjualan Sulanjana Kota Bandung. *Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*, 07(2).
- Febrian, F. (2019). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Minat Beli Lembur Batik. *Ekono Insentif Jurnal*.
- Hidayat, A., & Hartanto, G. (2019). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Smartphone Bergaransi Distributor Pada PT. Tiga Agung.

*Eco-Buss Jurnal.*

Krisnawan, G. N. D., & Jatra, I. M. (2021). The Effect of Brand Image, Brand Awareness, and Brand Association on Smartphone Purchase Intention (Case Study in Denpasar). *American Journal of Humanities and Social Sciences Research (AJHSSR)*, 05(6), 117–121.

Malihah, N. (2019). Tiktok dalam Perspektif Al-Qur'an. *At Tahfizh* .

Muslimin, S., Zainab, & Jafar, W. (2020). Konsep Penetapan Harga Dalam Perspektif Islam. *Al-Azhar Journal of Islamic Economics*.

Ninin, S., Pandika, J., & Sagir, D. (2021). *Pengaruh Brand Ambassador Dan Country Of Origin Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Skin Care Korea*.  
<http://www.ekonobis.unram.ac.id>

Octavia, C. (2023). Pengaruh Brand Ambassador Song Jong Ki dan Brand Image Scarlett Whitening Terhadap Minat Beli Konsumen. *Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*.

Poghosyan, A. (2015). *Celebrity Endorsement As One Of Nowadays Major Ways To Influence Consumer Buying Behaviour*.

Priansa, D. J. (2017). *Perilaku Konsumen Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*. Bandung: Alfabeta.

Rizki, S. P., & Mudiantono, M. (2016). Analisis Pengaruh Brand Ambassador, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Brand Image Serta Dampaknya Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Konsumen Face Care Garnier di Kota Semarang) .  
*Diponegoro Journal of Management* .

Said, A.-M. (2023). *Etika Bisnis dalam Islam* . Pustaka Muslim.

Saleem, A., Ghafar, A., Ibrahim, M., Yousuf, M., & Ahmed, N. (2015). Product Perceived Quality and Purchase Intention with Consumer Satisfaction. *Global*

*Journal of Research and Business Research* .

Sales, K. (2022). *Best-Selling Artists on Gaon (2010~2022.01)* .

Satria, A. A. (2017). Pengaruh Harga, Promosi, Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Perusahaan A-36. In *PERFORMA: Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis* (Vol. 2, Issue 1).

Sunarti, & Surhayono, F. I. (2018). *Pengaruh Citra Merek, Iklan, Dan Cita Rasa Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Terhadap Konsumen Mi Instan Merek Indomiedil Wilayah Um Al- Hamam Riyadh)*.

Susanti, D. (2017). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat Konsumen Dalam Membeli Produk Tupperware Pada Perumahan Griya Tika Utama Pekanbaru. *Jurnal Menara Ekonomi*. [www.topbrand-award.com](http://www.topbrand-award.com),

Susanto, Y. (2022). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Pada PT Ndexindo Mandiri Indonesia*.

Syahroq, K. F., Purnomo, H., & Soejoko, D. K. H. (2021). Minat Beli Sebagai Mediasi Pengaruh Persepsi Harga, Citra Merek Dan Celebrity Endorser Pada Keputusan Pembelian Busana Merek 3second. *Jembatan : Jurnal Ilmiah Manajemen* .

Tariq, M., Abbas, T., & Abrar, M. (2017). EWOM and brand awareness impact on consumer purchase intention: Mediating role of brand image Asif Iqbal. In *Pakistan Administrative Review* (Vol. 1, Issue 1).

Tarsiah, S. K., Hamda, E. F., Dewi, R., & Saprijal. (2023). Fenomena Korean Wave (Gelombang Korea Pada Mahasiswa Perguruan Tinggi AL Washliyah Dan Mahasiswa Universitas Bina Bangsa ). *Jurnal Tanah Pilih* .

Tondang, B. W. (2019). *Pengaruh Promosi Dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Toko Sepatu Bata Mtc Giant Panam Pekanbaru*.

Triana, R., Setyawan, A. H., Atmaja, R. A., Sfenrianto, M., & Madalina, A. (2020). An

Effect Of Value Creation Brand Toward Purchase Intention Of E-Commerce Customers In Indonesia. *International Journal of Scientific and Technology Research*. [www.ijstr.org](http://www.ijstr.org)

Tsaniya, R., & Luh Wayan Sayang Telagawathi, N. (2022). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Minat Beli Konsumen di Kedai Kopi Nau Kecamatan Seririt. *Jurnal Manajemen Perhotelan Dan Pariwisata*, 5.

Umaroh, E. H. (2020). *Pengaruh harga, kualitas produk dan risiko terhadap keputusan pembelian menggunakan flash sale Shopee mahasiswa FEBI Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya (Doctoral dissertation, UIN Sunan Ampel Surabaya)*.

Younus, S., Rasheed, F., & Zia, A. (2015). Identifying the Factors Affecting Customer Purchase Intention. *Type: Double Blind Peer Reviewed International Research Journal Publisher: Global Journals Inc*, 15.

Yuana, A. W., Salim, M., & Anggarawati, S. (2022). *Pengaruh Country Of Origin Image, Product Quality, Brand Familiarity Terhadap Consumer Purchase Intention Pada Produk Televisi Sharp*. <https://id.sharp>

Yunan, A. (2022). *Analisis Faktor-Faktor yang Memengaruhi Minat Beli Konsumen Rokok dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Masyarakat Muslim Kecamatan Waylima Kabupaten Pesawaran)*.

Zulviani, M., Akramiah, N., & Mufidah, E. (2019). Pengaruh Citra Merek Dan Harga Terhadap Minat Beli Produk Tas "Esophie Martin Paris". *Jurnal EMA*, 04(1), 1–13.