

DAFTAR PUSTAKA

- Ambarkahi, R. P. Y., S. P. Furensa, dan A. A. Gemaputri. 2022. Peranan strategi pemasaran dalam upaya meningkatkan penjualan ud. tahu uap barokah di kecamatan rambipuji kabupaten jember. *Jurnal Manajemen Agribisnis Dan Agroindustri*. 2(1):41–51.
- Chairina, R. R. L. 2021. The effect of perceived usefulness and perceived ease of use on perceived value and actual usage of technology on the online service of pt . garuda indonesia tbk. *Journal of Research in Business and Management*. 9(4):59–65.
- Ghozali, I. 2021. *Aplikasi Analisis Multivariate*. Edisi 10. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Habibah, A. N., F. Mulyono, dan C. Gunawan. 2023. Integrated marketing communication : how imc method build a brand equity. *Marketgram Journal*. 1(1):44–51.
- Halim, N. R. dan D. A. Iskandar. 2019. Pengaruh kualitas produk, harga dan strategi promosi terhadap minat beli. *Jurnal Ilmu Dan Riset* 4(3):415–424.
- Hamdi, A. S. dan E. Bahruddin. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif Aplikasi Dalam Pendidikan*. Yogyakarta: deepublish.
- Keller, K. L. 2020. *Strategic Brand Management*. Edisi 5. London: Pearson Education Limited.
- Mayasari, F. 2024. Langkah penting pemasaran strategis dan inovasi bagi keunggulan kompetitif : studi deskriptif lingkungan umkm indonesia critical steps of strategic marketing and innovation to achieve competitive advantage : a descriptive study of the indonesian msms env. *Journal of Business Management*. 1:11–15.
- Mukhyi, M. A. 2023. *Metodologi Penelitian*. Edisi 1. Malang: Literasi Nusa Abadi Grup.
- Nayumi, S. dan T. J. R. Sitinjak. 2020. Pengaruh country of origin image, brand image, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk innisfree di mall kelapa gading jakarta utara. *Jurnal Manajemen*. 9(2):136–146.
- Pandika, N. S. 2021. Pengaruh brand ambassador dan country of origin terhadap minat beli konsumen pada skin care korea. *Jurnal Ekonobis*. 7(1):125–142.
- Pujiyanto, R. 2021. *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Pustakabarupress.
- Rizqyta, A. 2021. 2021, Tokopedia Tunjuk Dua Brand Ambassador Sekaligus: BTS Dan BLACKPINK. https://www.tokopedia.com/blog/2021-tokopedia-tunjuk-dua-brand-ambassador-sekaligus-bts-dan-blackpink/?utm_source=google&utm_medium=organic [Diakses pada March 3, 2025].

- Rizti, F. 2024. 185,3 Juta Pengguna Internet Tercatat Di Indonesia Pada 2024 Pengguna Internet Di Indonesia Mengalami Kenaikan Tiap Tahunnya Dari 2018 Hingga 2024. Tercatat Kenaikan Tertinggi Terjadi Pada 2018 Dengan Kenaikan 24,6%. <https://data.goodstats.id/statistic/1853-juta-pengguna-internet-tercatat-di-indonesia-pada-2024-JFNoa> [Diakses pada March 3, 2025].
- Sahir, S. H. 2021. *Metodologi Penelitian*. Edisi 1. Yogyakarta: Penerbit Kbm Indonesia.
- Saputra, F., N. Khaira, dan R. Saputra. 2023. Pengaruh user interface dan variasi produk terhadap minat beli konsumen (studi literature). *Jurnal Komunikasi Dan Ilmu Sosial*. 1(1):18–25.
- Sari, S. P. 2020. Hubungan minat beli dengan keputusan pembelian pada konsumen. *Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi*. 8(1):147.
- Schiffman, L. G. dan L. L. Kanuk. 2013. *Consumer Behavior*. Edisi 2. Harlow: Pearson Education Limited.
- Shinta, N. R. T. 2020. *Analisis Pengaruh Brand Ambassador, Advertising Campaign, Serta Country of Origin Terhadap Minat Beli Pada Situs Tokopedia.Com*. 9. *Journal of Chemical Information and Modeling*.
- Soraya, A. dan O. M. Siregar. 2021. Pengaruh country of origin dan brand image terhadap keputusan pembelian produk nature republic pada mahasiswa di universitas sumatera utara. *Senriabdi 2021*. 1(1):400–416.
- Statistik, B. P. 2024. Proporsi Penduduk Berumur 15-59 Tahun Yang Pernah Mengakses Internet Dalam 3 Bulan Terakhir Menurut Kabupaten/Kota Di Jawa Timur (Persen), 2023. <https://banyuwangikab.bps.go.id/id/statistics-table/2/MTk4IzI=/proporsi-penduduk-berumur-15-59-tahun-yang-pernah-mengakses-internet-dalam-3-bulan-terakhir-menurut-kabupaten-kota-di-jawa-timur.html>
- Sudaryana, B. 2022. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Sleman: Deepublish Publisher.
- Sugiyono. 2019. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sujarweni, V. W. 2020. *Metodologi Penelitian Bisnis Dan Ekonomi Pendekatan Kuantitatif*. Yogyakarta: PUSTAKABARUPRESS.
- Utari, P., A. Fitri, E. Setyanto, dan C. Henny. 2020. Belanja on-line mahasiswa di era pandemi covid-19: modifikasi perilaku konsumen. *Islamic Communication Journal*. 5(2):143.
- Wardani, P. E., A. Kriestian, dan N. Adhi. 2022. The influence of brand ambassador, country of origin, and brand image on purchase decisions of skincare products. *Asian Journal of Entrepreneurship*. 3(3):88–98.

- Wardhana, A. 2024. *Perilaku Konsumen Di Era Digital*. Purbalingga: Eureka Media Aksara.
- Wulandari, A. dan K. Anwar. 2021. Analisis manajemen pemasaran pada aplikasi shopee dan tokopedia. *Transekonomika: Akuntansi, Bisnis Dan Keuangan*. 1(3):295–301.
- Yuliara, I. M. 2016. Modul regresi linier berganda. *Universitas Udayana*. 2(2):18.