

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Aaker, D. A. (2018). *Manajemen Ekuitas Merek*. Penerbit Andi.
- Coaker, W., Tharpe, M., & Schmitt, B. H. (2009). *Brand Experience* (dalam Aditya Wardhana, 2022). Penerbit Gramedia.
- Dhonna, A. (2022). *Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif dalam Penelitian Bisnis*. Mojokerto: STIKes Majapahit Mojokerto.
- Espindola, L. (2020). *Image Brand dan Strategi Bisnis di Era Digital*. Penerbit Deepublish
- Firmansyah, M. (2019). *Pemasaran dan Promosi untuk Bisnis Modern*. Penerbit Erlangga.
- Firmansyah, MA 2020, *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)*, Penerbit Deepublish, Yogyakarta.
- Hair, JF, Black, WC, Babin, BJ & Anderson, RE 2018, *Multivariate Data Analysis*, 8th edn, Cengage Learning, United Kingdom.
- Halim, BA 2020, *Pemasaran Digital dan E-Commerce*, Penerbit Deepublish, Yogyakarta.
- Kotler, P & Armstrong, G 2022, *Principles of Marketing*, 18th edn, Pearson Education Limited, United Kingdom
- Laksana, F. (2019). *Manajemen Pemasaran: Teori dan Implementasi*. Penerbit Andi.
- Prajarini, N 2020, *Perilaku Konsumen: Konsep dan Implementasinya dalam Pemasaran*, CV Jakad Media Publishing, Surabaya
- Priansa, D. (2017). *Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Produk pada Konsumen di Pasar*. Jakarta
- Sugiyono (2022), *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, Alfabeta, Bandung.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: Alfabeta.
- Warnadi, W., & Aristriyono, A. (2019). *Strategi Promosi di Era Digital*. Penerbit Ghalia Indonesia.
- Wulandari, R 2021, *Perilaku Konsumen: Era Digital*, Penerbit Gava Media, Yogyakarta
- Zainurossalamia, Z. (2020). *Studi Tentang Citra Merek dan Pengaruhnya pada Konsumen*. Penerbit Gadjah Mada Press.

Junal dan Skripsi

- Agniyya, D. R. (2023). Pengaruh Citra Merek dan Label Terhadap Minat Beli (Studi Kasus Mie Gacoan di Kota Bandung)
- Akbary, Z. (2023). Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Minat Beli Konsumen di Transmart Buah Batu
- Aliyah, R. (2023). Pengaruh Brand Image Terhadap Minat Beli Konsumen Telkomsel Orbit di Kota Pekanbaru
- Berutu, F 2022, Pengaruh Promosi Melalui Media Sosial Instagram Terhadap Minat Beli Tamu Di Hotel Sunlake Jakarta
- Donni Junipriansa (2024) Pemasaran Digital dan Web dalam Rangka Meningkatkan Kunjungan ke Desa Wisata Lamajang. Bandung: <https://journal.piksi.ac.id>
- Faezy Razy, F & Lajevardi, M 2015, Investigating Relationship between Brand Image, Price Discount and Purchase Intention
- Govinda, A 2021, Pengaruh Persepsi Tentang Brand Image dan Promosi Terhadap Minat Beli di Folk Store Pada Mahasiswa di Yogyakarta
- Hasanah, U., & Giyartiningrum, E. (2021). Pengaruh Brand Image, Kualitas Produk dan Endorsement Selebriti Instagram terhadap Minat Beli Konsumen pada Produk Skincare MS GLOW
- Hubner, IB, Susanto, MN, Tan, J & Kusumo, E 2024, The Impact of Instagram Promotion on Purchase Intention at The Langham Jakarta

- Indrawati (2022) Impact of Social Media Marketing and Electronic Word of Mouth (E-WOM) on Purchase Intention. Bandung: JAM
- Indrawati (2022) Utilitarian, hedonic, and self-esteem motives in online shopping. Bandung: Emerald
- Irjayanti, M (2016) Indonesian SMES Readiness For ASEAN Economic Community Bandung; STIE Ekuitas
- Marlita, IM, Malik, AJ & Holik, A 2023, Pengaruh Promosi di Media Sosial Instagram Terhadap Minat Beli Konsumen Jasa Makeup Artist
- Putri, H. (2023). Pengaruh Electronic Word Of Mouth (eWOM) dan Brand Image Terhadap Minat Beli Pada Skincare Avoskin Beauty Melalui Platform Media Sosial Tiktok
- Rinata, G, Prihatma, GT, Nurhayani & Zaini, I 2023, Pengaruh Brand Ambassador (Twice) dan Brand Image Terhadap minat beli Produk Scarlett Whitening Pada Media Sosial Instagram
- Sutjiadi, I & Prasetya, W 2021, Effect of Instagram Promotion towards Buying Intention and Buying Decision of Pekopurin.id
- Sudarawerti, G (2024). Pengaruh *Electronic Word of Mouth* Melalui Media Sosial Instagram Terhadap Minat Beli Produk Scarlett. Bandung <https://journal.stekom.ac.id>
- Utari, R, Arifudin & Yulida, R 2023, The Influence of Brand Image and Social Media Instagram on Consumer Buying Interest