

DAFTAR PUSTAKA

- Effendy, O. U. (2017). *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek* (T. Surjaman (ed.)). PT REMAJA ROSDAKARYA.
- Eni. (2016). PENGARUH ATRIBUT PRODUK, HARGA DAN PROMOSI TERHADAP PERILAKU BRAND SWITCHING KE TELKOMSEL SOSIALITA. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., *Mi*, 5–24.
- Firmansyah, M. A. (2020). *Komunikasi Pemasaran*. Qiara Media.
- Fitria, F., & Wahyuningsih, N. (2019). *Kebaya Kontemporer Sebagai Pengikat Antara Tradisi Dan Gaya Hidup Masa Kini*. Vol. 7 No., 128–138.
- Ghozali. (2018a). *BAB III METODE PENELITIAN*. 82–96.
- Ghozali. (2018b). *Stie Indonesia. Bab III Metoda Penelitian*, 1–9.
- Meiliani, N., & Ferdinand, T. (2015). Analisis Pengaruh Daya Tarik Desain Produk, Daya Tarik Promosi, Dan Persepsi Kualitas Terhadap Citra Merek Serta Dampaknya Terhadap Minat Beli Pembelian Konsumen. *Diponegoro Journal of Management*, 5, 1–11. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr>
- MR Abdillah. (2017). Metode Penelitian. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Purbohastuti, A. W., & Hidayah, A. A. (2020). Meningkatkan Minat Beli Produk Shopee Melalui Celebrity Endorser. *Jurnal Bisnis Terapan*, Vol.04 No., 37–46.
- Rismawaty, Surya, D. E., & P., S. J. (2014). *Pengantar Ilmu Komunikasi (Welcome To The World Of Communication)*. Rekayasa Sains.
- Salim, Y. U., & Widaningsih, S. (2017). *Analisis Minat Beli Konsumen Terhadap Program Kursus Bahasa Inggris Di Lembaga Bahasa Nothern Lights Education Center (NLEC) Bandung*. Vol.3 No.2, 521–527.
- Sari, P. D. R., Manggabarani, A. S., & Husniati, R. (2020). Pengaruh Brand Image, Harga Dan Kualitas Layanan Terhadap Minat Beli Produk Fashion Secara Online Di Jakarta (Studi Pada Situs Belanja Online Zalora). *PROSIDING BIEMA : Bussiness Management, Economic Adn Accounting National Seminar*, 1, 727–738.
- Satriadi, Wanawir, Hendrayani, E., Siwiyanti, L., & Nursaidah. (2021). *Manajemen Pemasaran*. Penerbit Samudra Biru.
- Soemanagara, R. (2016). *Strategic Marketing Communication Konsep Strategis dan Terapan*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (2nd ed.). Alfabeta.

- Susanto, R. B. (2017). *Pemulihan bisnis melalui brand equity , harga kompetitif, dan daya tarik promosi dalam membangun keputusan pembelian produk umkm di pontianak*. 218–225.
- Syifa Khoirunisa. (2022). *PENGARUH DAYA TARIK PROMOSI, KEPUASAN, DAN KEMUDAHAN TERHADAP LOYALITAS PENGGUNA E-MONEY (STUDI ANALISA PADA PRODUK E-MONEY BANK SYARIAH INDONESIA)*.
- Trismaya, N. (2018). *Kebaya dan Wanita*. 151–159.
- Wonok, P. G., & Loindong, S. (2018). Pengaruh Minat Transaksional, Refrensial, Dan Prefensial Terhadap Minat Mereferensikan Produk Roxy Di Quicksilver Mantos. *Jurnal EMBA*, 6(4), 2110.
- Yudiawan, M. (2022). Pengaruh Daya Tarik Dan Promosi Terhadap Minat Beli Konsumen. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 11(3), 815–823.
- Yunus, U. (2019). *Digital Branding Teori dan Praktik* (N. S. Nurbaya (ed.)). Simbiosis Rekatama Media.