

DAFTAR PUSTAKA

- Amirin, T., 2011, *Populasi Dan Sampel Penelitian 4: Ukuran Sampel Rumus Slovin*, Erlangga, Jakarta
- Banjamahor, Astri Rumondang, 2021 *Manajemen Komunikasi*. Jakarta: Yayasan Kita Menulis.
- Cece, I. S. (2015). *Pengaruh Brand Origin, Brand Ambassador dan Brand Image Terhadap Minat Beli Sepatu Macbeth di Sogo Galaxy Mall Surabaya*. *Manajemen Kinerja*, 1(2), 101-110.
- Febriyanti, R. S., & Wahyuati, A. (2016). *Pengaruh Celebrity Endorser dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli*. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)*, 5(5)
- Ferdinand, Augusty,(2002), *Pengembangan Minat Beli Merek Ekstensi*, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Firmansyah, A. (2020). *Komunikasi Pemasaran*. Pasuruan: Qiara Media.
- Gultom, zefanya alviano. 2021. “ *Brand Clotihing local yang bakalan makin hits di 2022 ini*”, <https://www.idntimes.com/men/style/zefanya-alviano-gultom/brand-clothing-lokal-yang-bakalan-makin-hits-di-2022-ini>, di akses pada 3 April 2022 pukul 16.30.
- Hadi, S. (2004). *Analisis Regresi*. Yogyakarta : Andi Offset.
- Kamilah, G., & Wahyuati, A. (2017). *Pengaruh Labelisasi Halal Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli*. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)*, 6(2).
- Maunaza, A. (2012). *Pengaruh brand image terhadap minat beli konsumen: studi pada maskapai penerbangan Lion Air sebagai low cost carrier= The influence of brand image toward purchase intention: study on Lion Airlines as a low cost carrier*.

- Muslimah, A. N., Hamdani, I., & Irfani, F. (2018). *Pengaruh Brand Image Dan Sertifikasi Halal Terhadap Minat Beli Pelanggan (Studi Kasus Superkue Bogor)*. *Al Amwal*, 1(1), 41-57.
- Negara, A. A. (2018). *Pengaruh Kualitas Produk dan Brand Image terhadap Minat Beli (Survei pada Pembeli di Gerai Starbucks di Kota Surabaya)* (Doctoral dissertation, Universitas Brawijaya).
- Ningrum, I. T. J., & Nilowardono, S. (2016). *Pengaruh event dan brand image terhadap minat beli produk rokok Sampoerna A Mild pada PT HM Sampoerna area marketing Surabaya*. *Jurnal Manajemen Kinerja*, 2(1), 57-69.
- Ningrum, I. T. J., & Nilowardono, S. (2016). *Pengaruh event dan brand image terhadap minat beli produk rokok Sampoerna A Mild pada PT HM Sampoerna area marketing Surabaya*. *Jurnal Manajemen Kinerja*, 2(1), 57-69.
- Pradipta, D. A. A. (2012). *Pengaruh Citra Merek (Brand Image) terhadap Loyalitas Konsumen Produk Oli Pelumas PT Pertamina (Persero) Enduro 4T di Makassar*. Makassar: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanuddin.
- Sugiyono (2012). *Statistik untuk Penelitian*. Bandung : CV Alfabeta.
- Sugiyono, (2007) *Metodologi Penelitian Bisnis*, PT. Gramedia, Jakarta
- Sulistyo, J. (2010). *6 Hari Jago SPSS 17*. Yogyakarta: Cakrawala.
- Umar, H. (2008). *Desain Penelitian Akuntansi Keperilakuan*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Utomo, I. W. (2017). *Pengaruh Brand Image, Brand Awareness, dan Brand Trust Terhadap Brand Loyalty Pelanggan Online Shopping (Studi Kasus Karyawan Di BSI Pemuda)*. *Jurnal Komunikasi*, 8(1).
- Zainuddin, D. (2018). *Pengaruh Kualitas Produk dan Brand Image terhadap Minat Beli Motor Matik*. *Sosio e-kons*, 10(3), 220-227.