

DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrahman, Gufran. (2014). *Analisis Pengaruh Harga, Fasilitas, Kualitas Pelayanan dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian*
- Amir, N. F. (2019). *Pengaruh Celebrity Endorsement dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah Menurut Prespektif Ekonomi Syariah.*
- Anugerah, R. (2022). *Pengaruh Celebrity Endorsement dan Brand Awareness terhadap Keputusan Pembelian pada Es Teh Indonesia Cabang Delima Pekanbaru.*
- Ardianti, C., Salam, A., & Nuryani, H. S. (2018). Pengaruh Celebrity Endorser dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian di Instagram (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Teknologi Sumbawa Angkatan Tahun 2016 sampai dengan Tahun 2018). *Jurnal Manajemen Ekonomi dan Bisnis. Vol. 1 no. 1, 2020*
- Artini, I. R. (2016). *Pengaruh Celebrity Endorser terhadap Keputusan Pembelian Produk Shampoo Kecantikan Sunsilk Cro-Creations pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia di Yogyakarta.*
- Chusnah, & Zaenuri, A. (2020). *Pengaruh Celebrity Endorser dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian Luwak White Koffie (Studi Warung Nasi Pernalang, Jakarta Timur).*
- Doni Juni Prinsa. (2016). *Perilaku Konsumen Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer.* Alfabeta.
- Imam Ghozali. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS.* Universitas Diponegoro.
- Leon G. Schiffman, & Leslie Lazar Kanuk. (2011). *Perilaku Konsumen (2nd ed.).* PT Indeks Gramedia.

- Meilina, A. (2021). *Pengaruh Celebrity Endorsement dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Scarlett Whitening (Studi Kasus pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Riau)*.
- Nada, A. M. (2020). *Pengaruh Celebrity Endorser terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Kosmetik Wardah di Toko Fajar Cosmetic Pekanbaru Ditinjau dari Prespektif Ekonomi Islam*.
- Nuraini, A., & Maftukhah, I. 2015. Pengaruh Celebrity Endorser Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Citra Merek Pada Kosmetik Wardah Di Kota Semarang. *Management Analysis Journal*, 4(2), 171–179
- Philip Kotler, & Gery Amstrong. (2012). *Dasar-Dasar Pemasaran* (Terjemahan 9, Vol. 1). Universitas Diponegoro
- Philip Kotler, & Kevin Lane Keller. (2014). *Marketing Management* (14th ed.). Prentice: Hall Published.
- Priskila. 2016. Analisis Keputusan Pembelian Di Tokopedia Yang Dipengaruhi Celebrity Endorser, Brand Image. *Kelompok Referensi Dan Usia. Fundamental Management Journal*. 1(1)
- Sertoglu, A., Catli, O., & Kormaz, S. 2014. *Examining the Effect of Endorser Credibility on the Consumers' Buying Intentions: An Empirical Study in Turkey*. *International Review of Management and Marketing*, 4(1), 66–77.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Alfabeta.

- Syafitri, D. (2022). *Pengaruh Celebrity Endorser terhadap Brand Image Produk Pond's (Studi Kasus Pengguna Produk Pond's di Kalangan Mahasiswa Manajemen Universitas Islam Riau)*.
- Syafitri, P. E. (2019). *Pengaruh Celebrity Endorser terhadap Minat Beli Pengguna Sosial Media Instagram pada Mahasiswa Pogram Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Makassar*.
- Syahrie, S. (2021). *Pengaruh Celebrity Endorser dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian di Tokopedia (Studi Kasus Mahasiswa Universitas Medan Area)*.
- Terence A. Shimp. (2010). *Integrated Marketing Communication in Advertising and Promotion*. Cengage Learning.
- Wijarnako, P., Suharyono, & Arifin, Z. (2016). Pengaruh Celebrity Endorser terhadap Citra Merek dan Dampaknya pada Keputusan Pembelian (Survei kepada Pengunjung Warung Kopi Kriwul, Kelurahan Merjosari, Kecamatan Lowokwaru, Kota Malang yang Pernah Melihat Iklan dan Membeli TOP Coffee). 34(1). www.aeki-aice.org,
- Wulandari, N. M. R., & Nurcahya, I. K. 2015. Pengaruh Celebrity Endorser, Brand Image, Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Clear Shampoo Di Kota Denpasar. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 4(11), 3909–3935.
- Wijaya, F.A, & Sugiharto, S. (2019). Pengaruh Celebrity Endorsement terhadap Purchase Intention dengan Brand Image sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Iklan Produk Perawatan Kecantikan Ponds). *Jurnal Manajemen Ekonomi dan Bisnis*. Vol. 9 no. 1, 2020

- Fandy Tjiptono & Georgius Candra (2020). *Manajemen Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Institut Teknologi dan Bisnis Widya Gama Lumajang.
- Ernawati, R, Dwi, A.B, & Argo, J.G. (2021). Analisis Pengaruh Promosi, Harga, dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian pada Situs E-Commerce Zalora di Jakarta. *Business Management Anaysis Journal (BMAJ)*. Vol. 4 no. 2, 2021
- Kalangi, N.J, Tomengkel, L.F, Walangitan, O (2019). Pengaruh Celebrity Endorsement dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Shampoo Clear. *Jurnal Admiistrasi Bisnis*. Vol. 8 no. 1, 2019
- Rosita, D. & Novitaningtyas, I. (2021). Pengaruh Celebrity Endorsement dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Wardah Pada Konsumen Mahasiswa. *Jurnal Inovasi Bisnis dan Manajemen Indonesia*. Vol. 4 no. 4, 2021
- Masyadat Cholil, A. (2020).150 *Brand Awareness Methode Sukses dan Praktis Membangun Kesadaran Merek*. QUADRANT
- Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa: Prinsip, Penerapan dan Penelitian*. Yogyakarta
- Tanady, E. S., & Fuad, M. (2020). Analisis Pengaruh Citra Merek dan Kualitas layanan Terhadap Keputusan Pembelian Tokopedia di Jakarta. *Manajemen Pemasaran*, 9(021), 113–123
- Yusuf, A. (2021). The Influence of Product Innovation and Brand Image on Customer Purchase Decision on Oppo Smartphone Products in South Tangerang City. *Budapest International Research and Critics Institute-Journal (BIRCI-Journal*, 2(1), 472–481.