

## DAFTAR PUSTAKA

- Adnan. (2018). Pengaruh Perilaku Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Susu Morinaga di Kota Lhokseumawe. *Jurnal Visioner & Strategis*, 7(2).
- Anam, M. S., Nadila, D. L., Anindita, T. A., & Rosia, R. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan *Brand image* terhadap Keputusan Pembelian Produk Hand and Body Lotion Merek Citra. *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, 4(1). <https://doi.org/10.36778/jesya.v4i1.277>
- Arda, M. (2017). Analysis of Effect of Promotion and Word of Mouth on Purchase Decision: Case of Student University of Muhammadiyah Sumatera Utara. *JourAnnual International Conference (AIC) Syiah Kuala University*, 334–341.
- Ayu, I. G., Febriati, U., Nyoman, N., & Respati, R. (2020). The Effect of Celebrity Endorser Credibility and Product Quality Mediated by *Brand image* on Purchase Intention. *American Journal of Humanities and Social Sciences Research*, 3.
- Azimi, H. (2017). Ranking the effect of services marketing mix elements on the loyalty of customers by using Topsis method (case study: City bank branches in Tehran). *Innovative Marketing*, 13(2), 41–46. [https://doi.org/10.21511/im.13\(2\).2017.04](https://doi.org/10.21511/im.13(2).2017.04)
- Balmer, J. M. T., Lin, Z., Chen, W., & He, X. (2020). The role of corporate *brand image* for B2B relationships of logistics service providers in China. *Journal of Business Research*, 117. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2020.03.043>
- Boris, K., & Grundei, J. (2019). *HR Governance: A Theoretical Introduction - Boris Kaehler, Jens Grundei - Google Buku*. 2019(July 2018).
- Brama Kumbara, V. (2021). Determinasi Nilai Pelanggan Dan Keputusan Pembelian: Analisis Kualitas Produk, Desain Produk Dan Endorse. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 2(5), 604–630. <https://doi.org/10.31933/jimt.v2i5.568>
- Chang, A. Y. P. (2017). A study on the effects of Sales Promotion on consumer involvement and purchase intention in Tourism industry. *Eurasia Journal of Mathematics, Science and Technology Education*, 13(12), 8323–8330. <https://doi.org/10.12973/ejmste/77903>
- Devina, M., Priyowidodo, G., & Goenawan, F. (2021). Efektifitas Penggunaan Bangtan Sonyeondan (BTS) Sebagai Celebrity Endorser Samsung Galaxy S20+ BTS Edition pada ARMY Indonesia. *Jurnal E-Komunikasi*, 9(2).
- Dewa, C. B., & Safitri, L. A. (2021). Pemanfaatan Media Sosial Tiktok Sebagai Media Promosi Industri Kuliner Di Yogyakarta Pada Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Akun TikTok Javafoodie). *Khasanah Ilmu - Jurnal Pariwisata Dan Budaya*, 12(1). <https://doi.org/10.31294/khi.v12i1.10132>

- Dina Najib H.A, S. F., Daud, I., & Rosa, A. (2019). PENGARUH TRUSTWORTHINESS, EXPERTISE DAN ATTRACTIVENESS CELEBRITY ENDORSER DI INSTAGRAM TERHADAP PURCHASE INTENTION PRODUK HIJAB (Studi Kasus pada Akun Instagram @gitasav). *Jembatan : Jurnal Ilmiah Manajemen*, 16(1). <https://doi.org/10.29259/jmbt.v16i1.9250>
- Efendi, N., Ginting, S. O., & Halim, J. (2020). Citra Merek, Kualitas Produk, Promosi, Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Konsumen. *Citra Merek, Kualitas Produk, Promosi, Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Konsumen*, 11(2).
- Erik. (2021). Pengaruh Celebrity Endorser Dan Iklan Instagram Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Online Shop Championsteall.Id). *Jurnal Ilmiah Riset Manajemen*, 10(4).
- Gunardi, C. G., & Erdiansyah, R. (2019). Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Restoran Mangkok Ku. *Prologia*, 3(2). <https://doi.org/10.24912/pr.v3i2.6387>
- Hendrasto, F. (2017). Peran Identifikasi Merek dan Citra Merek dalam Mempengaruhi Cinta kepada Merek. *Jurnal Ekonomi Modernisasi*. <https://doi.org/10.21067/jem.v13i2.1761>
- Hofmann, J., Schnittka, O., Johnen, M., & Kottemann, P. (2021). Talent or popularity: What drives market value and *brand image* for human brands? *Journal of Business Research*, 124. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2019.03.045>
- Ikawati, K., Militina, T., & Achmad, G. N. (2021). The Effect of Celebrity Endorsers and Advertising Attractiveness on *Brand image* and Purchase Decisions for Tokopedia Application Users in Samarinda. *International Journal of Economics, Business and Accounting Research (IJEBAR)*, 5(2).
- Išoraitė, M. (2021). 7 P Marketing Mix Literature Review. *International Journal of Trend in Scientific Research and Development (IJTSRD)*, 5(6), 1586–1591.
- Kalalo, J. M., Moniharapon, S., & ... (2021). Analisis Penerapan Strategi Bauran Pemasaran Produk Amanah Pada Pt. Pegadaian (Persero) Unit Wonasa. *Jurnal EMBA: Jurnal ...*
- Khafidin. (2020). Konsep perilaku konsumen beserta implikasinya terhadap keputusan pembelian. *Journal Derivatif*, 10(1).
- Knoll, J., & Matthes, J. (2017). The effectiveness of celebrity endorsements: a meta-analysis. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 45(1). <https://doi.org/10.1007/s11747-016-0503-8>
- Kotler, Philip; Keller, K. L. (2020). Manajemen pemasaran : Jil. 1 / Philip Kotler,

- Kevin Lane Keller; Alih Bahasa Bob Sabran. *Jurnal Manajemen Dan Entrepreneurship*, 6(3).
- Kotler dan Keller. (2017). *Manajemen Pemasaran*, Edisi 12, Jilid 1, PT. Indeks., Jakarta. In *e – Jurnal Riset Manajemen*.
- Lailatus saadah, A. F. M. (2020). *Kualitas Layanan, Harga, dan Citra Merek serta Pengaruhnya terhadap kepuasan konsumen*. LPPM.
- Lubis, D. I. D., & Hidayat, R. (2017). Pengaruh Citra Merek dan Harga terhadap Keputusan Pembelian pada Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Sukma Medan. In *Jurnal Ilman*.
- Maradita, F., & Sopian, D. O. (2020). Pengaruh gaya hidup, diskon harga dan kualitas informasi terhadap pembelian impulsif di instagram ( studi kasus pada mahasiswa program studi manajemen universitas teknologi sumbawa). *Jurnal Riset Kajian Teknologi & Lingkungan*, 3(2).
- Masato, E., & . S. (2021). The Effect of a Celebrity Endorser on Purchase Interest through *Brand image*. *KnE Social Sciences*.  
<https://doi.org/10.18502/kss.v5i8.9358>
- Mujiyanto, H. (2018). PERANAN STRATEGI PUBLIC RELATIONS TERHADAP CITRA PERUSAHAAN (STUDI KASUS PADA HOTEL GRAND KOPO BANDUNG). *Jurnal Komunikasi Hasil Pemikiran Dan Penelitian*, 4(2).
- Muslimawati, C., & Sunarto. (2017). Pengaruh Promosi Melalui Media Sosial Dan Kesadaran Merek Terhadap Minat Beli Air Minum Dalam Kemasan Dengan Merek Aqua Pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi FKIP UNS. *Jurnal Pendidikan Bisnis Dan Ekonomi*, 3(2).
- Parker, M., & Terry, L. A. (2017). *Management Teori*.
- Purbohastuti, A. wahyuni, & Hidayah, A. A. (2020). MENINGKATKAN MINAT BELI PRODUK SHOPEE MELALUI CELEBRITY ENDORSER. *Jurnal Bisnis Terapan*, 4(1). <https://doi.org/10.24123/jbt.v4i1.2480>
- Putri, A. (2017). PERKEMBANGAN PENGGUNAAN PRODUK KOSMETIK DI INDONESIA. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 21(2).  
<https://doi.org/10.24123/jeb.v21i2.1637>
- Rachmawati, V., Dedi, S., & Simatupang, R. A. (2019). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Niat Berkunjung (Studi Kasus: Pantai Pasir Putih Kabupaten Manokwari). *Collaborative Governance Dalam Pengembangan Pariwisata Di Indonesia Yang*, 1(1).
- Rinawati, G. A., Agung, A. A. P., & Anggraini, N. P. N. (2021). Pengaruh Celebrity Endorser dan *Brand image* Terhadap Keputusan Pembelian Freshcare Di Kota

- Denpasar. *Jurnal EMAS*, 2(1).
- Rosita, D., & Novitaningtyas, I. (2021). Pengaruh Celebrity Endorser dan *Brand image* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Wardah pada Konsumen Mahasiswa. *INOBIIS: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia*, 4(4). <https://doi.org/10.31842/jurnalinobis.v4i4.200>
- Sakinah, N., & Rachmawati, I. (2020). Pengaruh Celebrity Endorser terhadap Purchase Intention pada Smartphone Samsung di Indonesia. *Jurnal Sains Manajemen*, 6(2).
- Saleh, S. (2020). Pengaruh Product Mix (*Celebrity Endorser*) Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Smartphone Samsung. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis. Jambura*, 3(2).
- Saur, M., H, Sinambella, J., & Mimi. (2017). Analisis Kebijakan Pemasaran dalam Meningkatkan Volume Penjualan pada De'Excelso Sun Plaza Medan. *Jurnal Ekonomi Saintek*, 6(10), 17–36.
- Schouten, A. P., Janssen, L., & Verspaget, M. (2020). Celebrity vs. Influencer endorsements in advertising: the role of identification, credibility, and Product-Endorser fit. *International Journal of Advertising*, 39(2). <https://doi.org/10.1080/02650487.2019.1634898>
- Septiani, V. R., Oktavia, R. N., & Sudrajat, A. (2020). Pengaruh Country of Origin dan Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Nature Republic Aloe Vera 92% Shooting Gel. *Jurnal Administrasi Dan Manajemen*, 10(1). <https://doi.org/10.52643/jam.v10i1.691>
- Silvera, D. H., & Austad, B. (2016). European Journal of Marketing Factors predicting the effectiveness of celebrity endorsement advertisements. *European Journal of Marketing Journal of Consumer Marketing Iss Young Consumers Iss Kolej Universiti Islam Antarabangsa Selangor At*, 38(00).
- Sugiyono. (2017a). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R & D*. CV Alfabeta.
- Sugiyono. (2017b). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: PT Alfabet. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- Sugiyono. (2018a). Metode Peneiltian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif Kombinasi dan R&D). In *Alfabeta Bandung*.
- Sugiyono, D. (2018b). Metode penelitian kuatintatif , kualitatif dan R & D / Sugiyono. In *Bandung: Alfabeta*.
- Sunarno, A. Z. (2020). PENGARUH CELEBRITY ENDORSER DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN LUWAK WHITE KOFFIE. *El-Arbah: Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Perbankan Syariah*, 3(01). <https://doi.org/10.34005/elarbah.v3i01.911>

- Surapati, U., & Syariful Mahsyar. (2019). Relationship Between Consumer Behavior, Discounts and Purchase. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Syofian Siregar. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif Dilengkapi dengan Perbandingan Perhitungan Manual & SPSS*. Kencana.
- Utami, H. N., & Firdaus, I. F. A. (2018). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Perilaku Online Shopping: Perspektif Pemasaran Agribisnis. *Jurnal Ecodemica: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Bisnis*, 2(1).
- Yunefa, A., & Sabardini, sri ekanti. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Lipstik Emina di Yogyakarta. *Antimicrobial Agents and Chemotherapy*, 58(12).