

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Salam, S. A. (2019). Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian produk Langsung enak Bakery. Program Studi Manajemen FEB Universitas Teknologi Sumbawa.
- Agustin Mutia Syahidah, B. I. (Vol. 4, No. 1, Februari 2022). Pengaruh Moderasi Gambar dan Kualitas Produk terhadap Celebrity Endorser dan Brand Image pada Keputusan Pembelian Produk Erigo Apparel. JURNAL ILMIAH FEASIBLE: Bisnis, Kewirausahaan & Koperasi, , 86-98.
- Aisyah, Y. (2019). PENGARUH CELEBRITY ENDORSER TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi kasus pada Bandung Makuta Cake). Program Studi Manajemen Universitas Mercubuana Jakarta.
- Amirullah. (2015). Pengantar Manajemen : Fungsi-Proses-Pengendalian. Jakarta Pusat: Mitra Wacana Media.
- arif, M. a. (2020). STRATEGI PEMASARAN Konsep, Teori dan Implementasi. Tangerang Selatan: Pascal Books.
- Augusti Gesta Nabilla, A. T. (2021). STRATEGI PEMASARAN DALAM UPAYA MENINGKATKAN PENDAPATAN . JURNAL KRITIS VOLUME 5 NOMOR 2 EDISI OKTOBER 2021 ISSN 2579-7875, 21-40.
- Darmawan, M. D. (2021). Pengaruh Celebrity Endorsmen dan Harga terhadap keputusan pembelian (Survei Konsumen Toko Gigiet Cake). Jurnal Ilmu Manajemen Volume 9 Nomor 2. Halaman 121-133
- Darmoyo, L. S. (2017). Pengaruh Celebrity endorser Terhadap Keputusan Pembelian pada Bandung Makuta (Survei pada Konsumen Bandung Makuta Cabang Van Deventer). Jurnal Manajemen/Vol. 21, No. 02, Juni 2017: 179-194.
- Agus S. Irfani, M. (2020). MANAJEMEN KEUANGAN DAN BIS.,NIS:TEORI DAN APLIKASI. Jakarta: PT Gramedia Blk I, Lt,5.
- Muhammad Yusuf Saleh, S. M. (2019). Konsep dan strategi Pemasaran. Manggala,Makassar: CV SAH MEDIA.
- Mukhammad Abdullah, M. (2020). Manajemen Pendidikan Kontemporer. Bandung: CV CENDEKIA PRESS.

- Rita Ambarwati Sukmono, S. M. (2020). MANAJMEN OPERASIONAL DAN IMPLEMENTASI DALAM INDUSTRI . Sidoarjo, Jawa Timur: UMSIDA Press.
- Ferdian, A. (2019). PENGARUH CELEBRITY ENDORSER DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MALANG STRUDEL “TEUKU WISNU” (DARI PERSPEKTIF MAHASISWA UNIVERSITAS BRAWIJAYA). Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya Malang, 6-16.
- Firmansyah, M. A. (2018). Pengantar Manajemen. Sleman, Yogyakarta: DEEPUBLISH (Grup Penerbitan CV BUDI UTAMA).
- Fransiska, K. (2018). Analisis pengaruh harga, desain dan celebrity endorser terhadap keputusan pembelian produk pakaian (Studi kasus pada pada konsumen R.A JEANS dimedia sosial Instagram). Fakultas Ekonomi Universitas Sanata Dharma Yogyakarta, 7-73.
- Hansen. (2019). Manajemen Pemasaran (Dasar dan Konsep). Kota Bandung-Jawa Barat: CV.MEDIA SAINS INDONESIA.
- Hapzi Ali, E. N. (2018). The Influence of Product Price on Purchase Decision at Cabrito. Saudi Journal of Business and Manajemen Studies (SJBMS) Vol-3, Iss-I (Jan, 2018):88-97.
- Harman Malau, P. (2017). Manajemen Pemasaran : Teori dan Aplikasi Pemasaran Era Tradisional Sampai Era Modernisasi Global. Jakarta: ALFABETA.
- Hasibuan, D. H. (2020). Manajemen Dasar, Pengertian, Dan Masalah (Edisi Revisi). Kabupaten Ponorogo: Bumi Aksara.
- Hery, S. M. (2019). Manajemen Pemasaran. Jakarta: PT. Grasindo 2019.
- Jumadiyah Wardati, M. K. (2022). Problematika Kesehatan, Ekonomi dan Pendidikan. Sinas Tampan, 50-64.
- Kurnia, I. C. (2019). PENGARUH PENGGUNAAN CELEBRITY ENDORSER, TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KUE ARTIS KEKINIAN (Studi kasus pada pelanggan Mamahke Jogja). Universitas Pembangunan Nasional Veteran Yogyakarta.
- Kotler, P. K. (2016). Marketing Management/ Philip Kotler, Kevin Lane Keller. London: London:Pearson Education, 2016.

- Lodhi, A. K. (2016). Influence of Celebrity Endorsement and Product Price on Costumer Purchase Decision : A case of Karachi . Imperial Journal of Interdisciplinary Research (IJIR) Vol. 2, Issue-1 2016 ISSN : 2454-1362.
- Manullang, M. (2018). DASAR-DASAR MANAJEMEN/SM-15/SM-17. PERPUSTAKAAN POLITEKNIK ATI MAKASSAR: Gadjah Mada University Press.
- Nabilla Salsabilla Beu, S. M. (2021). ANALYSIS OF MARKETTING MIX STRATEGY ON SALES OF DRIED FISH AT MSME STORES 48 MARKET BERSEHATI MANADO. SSN 2303-1174, Vol.9 No.3 Juli 2021, Hal. 1530 - 1538.
- P, G. R. (2013). Influence of Celebrity Endorsement on the Costumer's Purchase Decision. International Journal of Scientific and Research Publication, Vol.4 No.11. Halaman 31
- Philip Kotler, G. A. (2016). Dasar-dasar pemasaran / Philip Kotler, Gary Amstrong ; alih bahasa, Alexander Sindoro. Jakarta: Jakarta:Indeks.
- Pradan, T. D. (2016). Product Price its Impact for Magnolia Bakery Purchasing Decision. Journal Procedia Social and Behavioral Sciences. Vol. 219.
- Rahim, R. M. (2021). STRATEGI BAURAN PEMASARAN (MARKETING MIX) DALAM PERSPEKTIF SYARIAH. Volume 2, Nomor 1, April 2021, 15-25.
- Recha, R. A. (2019). PENGARUH CELEBRITY ENDORSER IRWANSYAH TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA TOKO KUE KEKINIAN MEDAN NAPOLEON . Jurnal Bisnis Administrasi Volume 07 Nomor 02, 2018, 59-64.
- Sapdho Agil Saputra, F. E. (Oktober 2022). Pengaruh Harga dan Celebrity endorser Terhadap Keputusan Pembelian Produk Roti Sisir Yogyakarta (Studi kasus pada Konsumen Roti Sisir Yogyakarta). Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen Bisnis dan Akuntansi 4 (5) .
- SAPUTRO, D. A. (2020). PENGARUH CITRA MEREK, SELEBRITY ENDORSER, DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KOSMETIK MEREK WARDAH (STUDI KASUS KONSUMEN WARDAH KAB. PONOROGO). JURUSAN EKONOMI SYARIAH FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PONOROGO, 48-90.
- SARI, E. S. (2021). PENGARUH PERSEPSI HARGA DAN KEKUATAN CELEBRITY ENDORSER TERHADAP NIAT BELI SECARA ONLINE SAAT PANDEMI COVID-19. Manajemen Bisnis Syariah, 23-67.

- SARI, S. A. (2019). PENGARUH CELEBRITY ENDORSER, PERSONAL SELLING, DAN HARGA TERHADAP PEMBELIAN (Studi Kasus Pelajar Kota Metro). *Ekonomi dan Bisnis Islam*, 11-49.
- Setioningrum, D. (2019). PENGARUH CELEBRITY ENDORSER DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN OLEH OLEH MAMAHKE JOGJA (Survey pada Mahasiswa S1 Prodi Manajemen UPN Veteran Yogyakarta) . UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" YOGYAKARTA.
- Setyani, T. P. (VOL. 1, NO. 1, NOVEMBER 2020). PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN. *JURNAL ILMIAH MAHASISWA MANAJEMEN UNSURYA*, 92-102.
- Shifa Sabilla, M. I. (p-ISSN: 2964-8858 e-ISSN: 2963-3087 Vol. 1, No. 3, November 2022). Analisis Implementasi Strategi Bauran Pemasaran Perbankan . *Jurnal Ekonomi Bisnis, Manajemen dan Akuntansi (JEBMAK)*, 253 - 268.
- Stanton, W. J. (2019). *Fundamental of marketing*. Jakarta: Erlangga.
- Sudarsono, H. (2020). *Buku Ajar: Manajemen Pemasaran*. Jember, Jawa Timur: CV.PUSTAKA ABADI.
- Sunarsih, (2020). *Digital Marketing*. Ciputat, Tangerang selatan: Pascal Books.
- Sutrasmawati, N. F. (2016). PENGARUH PERSEPSI HARGA PADA PROSES KRPUTUSAN PEMBELIAN VAVA CAKE. *Manajemen Analysis Journal*.
- Suri Amilia, S. (2021). Analisis Bauran Pemasaran Kerajinan Anyaman Tikar Pandan Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Manajemen Motivasi* 17 (2021), 1-9.
- TENGGU PUTRI LINDUNG BULAN, M. R. (Vol. 10, No. 2, Oktober 2019). PENGARUH BAURAN PEMASARAN, CELEBRITY ENDORSER DAN GAYA HIDUP TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR MEREK HONDA BEAT. *Jurnal Manajemen Inovasi*, 88 – 97.
- Terry, G. R. (2015). *Dasar-Dasar Manajemen*. Kabupaten Aceh Tengah: Bumi Aksara.
- Tjiptono, F. (2019). *Pemasaran/fandy Tjiptono, Anastasia Diana*. Yogyakarta: Yogyakarta:ANDI 2020.

Trisyahputra, B. (2018). PENGARUH CELEBRITY ENDORSER TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Survey pada Konsumen Produk Makobu Cake Kota Malang). Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya.