

DAFTAR PUSTAKA

- Ameyaw, H. et al (2021). Influence of Celebrity Endorsement on Purchase Intention Dual Mediation of Brand Image and Perceived Value: Evidence from Pakistan Telecommunication Sector. *International Journal of Management (IJM)*, 12(4), 570–582.
- Amelisa, Lisa, Yonaldi, Sepri, dan Mayasari, Hesti. 2018. Analisis Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Gula Tebu. *Manajemen Dan Kewirausahaan*. 7(3). 54-66.
- Andrews, J.C., & Shimp, T. A. (2018). *Advertising, Promotion, and other aspects of Integrated Marketing Communications*. USA: Cengage.
- Azzahra, D. S., & Ramadhan, Z. (2021). Pengaruh Celebrity Endorser Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Lipstik Pixy Mahasiswi Stie Bina Karya. *Jurnal Muhammadiyah Manajemen Bisnis*, 2(1), 43–50.
- Cendrawati, Willyana & Firdausy, Carunia Mulya (2020). Pengaruh Dukungan Selebriti, Kepercayaan, Dan Pemasaran Dari Mulut Ke Mulut Secara Elektronik Terhadap Niat Beli Pengguna Shopee Di Jakarta. *Jurnal Manajerial dan Kewirausahaan*. Vol. 3 (2). 559-568.
- Dewi, R. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek Dan Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Melalui Minat Beli Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Administrasi Bisnis Fisipol Unmul*.
- Elwisam, MY 2019. The Influence of Product Quality, Brand Image and Celebrity Endorser on the Purchase Decision of Sunsilk Shampoo at Indomaret, Pasar Minggu, South Jakarta. *Journal of Management Science*, Vol. 13, No. 2.
- Evan, A., dan Ricky Noviyandi. 2020. How Celebrity Endorsement Influences Consumers Purchase Intention of Fashion Product on Instagram. May. *Journal Indonesian Business*, Vol. 4, No. 1
- Febriyanti, R.S., dan Wahyuati, A. 2020. Pengaruh Celebrity Endorser Dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*. Vol. 5. 1-18.
- Ferdinand, A. (2014). *Metode Penelitian Manajemen (Kelima)*, Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Firmansyah, A. (2019). *Pemasaran Produk dan Merek (Planning & Strategy)*. Surabaya: CV. Penerbit Qiara Media.

- Ghozali, I. (2014). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23* (8th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Habibah H, Hamdani I & Lisnawati S (2018). Pengaruh Brand Image dan Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah (Studi pada Perempuan Muslim di Kota Bogor). *Iqtishoduna: Jurnal Ekonomi Islam*.
- Haryono, S. (2017). *Metode SEM untuk Penelitian Manajemen dengan AMOS, LISREL, PLS*. Luxima Metro Media.
- Hastono, 2019. The Influence of Maybelline's Cosmetics Brand Image on Consumer Purchase Decisions at Carrefour Tangerang City Branch. *Journal of Effective Economics*, Volume 1, Number 2, February 2019, ISSN: 2622 - 8882, E-ISSN: 2622-9935,
- Herawati, H., dan Muslikah. 2019. Pengaruh Promosi Dan Desain Kemasan Terhadap Keputusan Pembelian Sariayu Putih Langsant. *Jurnal Kinerja*. 2(1). P. 17-35.
- Ifeanyichukwu, C.D. 2020. Effect Of Celebrity Endorsement on Consumers Purchase Decision in Nigeria. *International Research Journal of Management, IT and Social Sciences*. 3(9). P. 103.
- Kadek, ADSKS and I Ketut, NAS 2018. The Influence of Celebrity Endorser, Brand Image and Trust on Purchasing Decisions for Men's Biore Facial Cleansers. *EJournal of Management of Udayana University*, Vol. 5, No.7.
- Kalangi, N. J., Tamengkel, L. F., & Walangitan, O. F. C. (2019). Pengaruh Celebrity Endorser Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Shampoo Clear. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 8(1), 44.
- Khan, A. and Lodhi, S. 2019. Influence Of Celebrity Endorsement On Consumer Purchase Decision Face care Products: A Case Of Karachi Pakistan. *Imperial Journal of Interdisciplinary Research (IJIR)* 2019, Vol.2, Issue-1, ISSN: 2454-1362
- Khoirudin, I. R., & Giyartiningrum, E. (2021). Pengaruh Kepercayaan Merek, Kesadaran Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Xiaomi Di Diy. *Jurnal Competency Of Business*, 5(1), 1–9
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin (2014). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip, & Keller, Kevin Lane. (2016). *Manajemen Pemasaran Edisi Ke-12 Jilid Pertama*. Jakarta (ID): Indeks.
- Kotler, & Armstrong. (2017). *Prinsip-prinsip Pemasaran* (12th ed.). Erlangga.

- Kuspriyono, T. 2019. Pengaruh Promosi Online dan Kemasan Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Merek Sariayu Martha Tilaar. *Perspektif*. September. Vol. XV. No. 2.
- Lusiah. (2018). *Loyalitas Pelanggan*. CV Budi Utama.
- Manullang, & Hutabarat. (2016). *Manajemen Pemasaran Jasa Dalam Kompetisi Global*. Indomedia Pustaka.
- Maramis, F.S., Sepang, J.L., dan Soegoto, A.S. 2018. Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada PT. Air Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*. 6(3). 1658-1667.
- Miati, I. (2020). Pengaruh Citra Merek (Brand Image) Terhadap Keputusan Pembelian Kerudung Deenay (Studi Pada Konsumen Gea Fashion Banjar). *Jurnal Abiwara*, 1(2), 71–83.
- Misnanto, R., & Istiyanto, B. (2021). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Dan Celebrity Endorser Terhadap Minat Beli Produk Scarlett Whitening (Studi Kasus Pada Perempuan Di Surakarta). *Jurnal Ekobis Dewantara*, 4(2), 78–88.
- Nguyen, N. T. (2021). The Influence of Celebrity Endorsement on Young Vietnamese Consumers' Purchasing Intention. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 8(1), 951–960.
- Ningsih, D. P. (2019). Analisis Dampak Celebrity Endorser dan Citra Merek Terhadap Niat Beli Produk Wardah Instaperfect (studi pada mahasiswi surabaya). *Jurnal Ilmu Manajemen (JIM)*, 8(1), 174–181.
- Nuraini A & Maftukhah I (2020). Pengaruh Celebrity Endorser Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Citra Merek Pada Kosmetik Wardah Di Kota Semarang. *Management Analysis Journal*, 4(2).
- Nurkariani N.L (2018). Celebrity Endorser Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Citra Merek (studi pada konsumen butik venty vey). *Artha satya dharma*, 11(2), 192-199.
- Novianti T.A (2020). Pengaruh Celebrity Endorser dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian dengan Citra Merek sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 1(2020), 43– 50.
- Permatasari M.B (2020). Pengaruh Celebrity Endorser, Daya Tarik Iklan Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Lip Cream Pixy Di Yogyakarta (Doctoral Dissertation, Universitas Mercu Buana Yogyakarta). *Jurnal Manajemen Bisnis*, 7(1), 232-240

- Putra, P. Y., & Soebandi, S. (2019). The Influence of Celebrity Endorser, Brand Image, and Brand Trust on consumer Purchasing Decisions to Nike Brand Sports Shoes in Surabaya. *Journal of World Conference*, 208-218.
- Resmi, N., dan Wismiarsi, T. (2019). Pengaruh Kemasan Dan Harga Pada Keputusan Pembelian Minuman Isotonik. *Manajemen dan Bisnis Sriwijaya*. 13(1). P. 1-20.
- Riadi, M. (2020). Brand Trust (Pengertian, indikator, Dimensi, Faktor yang Mempengaruhi). *Jurnal Inovasi dan Bisnis*, 7 (1) 1-14
- Rosita, D., & Novitaningtyas, I. (2021). Pengaruh Celebrity Endorser dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Wardah pada Konsumen Mahasiswa. *INOBIS: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia*, 4(4), 494–505. <https://doi.org/10.31842/jurnalinobis.v4i4.200>
- Royan, F. M. (2014). *Marketing Celebrities : Selebriti dalam Iklan dan Strategi Selebriti memasarkan diri sendiri*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- Saputra, S.T., Hidayat, K., dan Sunarti. 2018. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Dan Dampaknya Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Iphone. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*. September. Vol. 50. No. 6.
- Sari, I. N., & Manurung, H. P. (2020). Pengaruh Celebrity Endorser, Brand Image, dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Produk Handphone Samsung di Kabupaten Asahan. *E-Journal Universitas Asahan*. Dipetik Oktober 4, 2021
- Setiawan L (2018). Pengaruh Celebrity Endorsement Terhadap Purchase Intention Dengan Brand Awareness Sebagai Variabel Mediasi Pada Produk Green Tea Esprecielo Allure. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 12(1), 53-60.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Bisnis Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). Metode Penelitian. In *Metode Penelitian*.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* . Bandung
- Sugiyono. (2018). *Quantitative, Qualitative, and R & D Research Methods*. Bandung: Alfabeta.
- Sukma, K. A. D. S K., Nurcahya, I. K., Suryani, A. (2019). Pengaruh Celebrity Endorser, Brand Image dan Kepercayaan terhadap Keputusan Pembelian Produk Pembersih Wajah Men's Biore. *E-Jurnal Manajemen Unud*, Vol. 5, No. 7. Bali. Universitas Udayana
- Syafei, A. S.,(2019) Tinggi Ilmu Ekonomi Putra Bangsa, S. (n.d.). Pengaruh

Celebrity Endorser, Kualitas Produk Terhadap Kepercayaan Konsumen Serta Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Cbr 150r (*Studi Pada Masyarakat di Wilayah Kabupaten Kebumen*). *Jurnal Manajemen*, Vol 5 (1)

- Tjiptono, Fandy & Anastasia Diana. 2016. *Marketing Obsession and Applications*. Yogyakarta: Andi Offset
- Tjiptono, Fandy. 2019. *Service Marketing (Principles, Application, and Research)* Yogyakarta: Andi.
- Wardani, D.S.D., dan Maskur Ali. 2022. Pengaruh Celebrity Endorser, Citra Merek Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlett Whitening. *Jurnal Ekonomi dan Ekonomi Syariah*. Vol. 5. No. 2.
- Wijarnako, Puthud. 2019. Pengaruh Celebrity Endorser Terhadap Citra Merek Dan Dampaknya Pada Keputusan Pembelian. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*. Vol. 34. No. 1.
- Wijaya, A., dan Yoestini. 2019. Analisis Pengaruh Celebrity Endorser, Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Olahraga Adidas Di Kota Semarang. *Journal Ekonomika dan Bisnis Digital Library*. May.
- Wulandari, N., dan Nurcahya, I. 2019. Pengaruh Celebrity Endorser, Brand Image, Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Clear Shampoo di Kota Denpasar. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*. 4(11). 3909-3935.