

DAFTAR PUSTAKA

- Ababil, Rega, Fauzan Muttaqien dan Nawangsih, 2019. Analisis Kualitas Produk, Word of Mouth, dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian Merek Dreambirds Artwear, *Progress Conference*, Vol. 2: 572-581.
- Abdullah, Thamrin dan Tantri, Francis. 2016. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT. RajaGrafi ndo Persada.
- Adiwidjaja, Andrian Junio dan Zeplin Jiwa Husada Tarigan, 2020. Pengaruh Brand Image dan Brand Trust terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Converse, *AGORA*, Vol. 5, No. 3: 1-9.
- Afrianata, Aldri, IBN Udayana dan Bernadetta Diansepti Maharani, 2022. Pengaruh Product Quality terhadap Brand Loyalty melalui Brand Image dan Brand Trust sebagai Variabel Intervening, *AKUNTABEL: Jurnal Akuntansi dan Keuangan*, Vol. 19, Issue 2: 439-447.
- Ahmad, Arman Hj, Izian Idris, Cordelia Mason dan Shenn Kuan Chow, 2019. The Impact of Young Celebrity *Endorsements* in Social Media Advertisements and Brand Image Towards the Purchase Intention of Young Consumers in Zalora, *International Journal of Financial Research*, Vol. 10, No. 5: 54-65.
- Alessandro, Lavenia Callista, Edwin Japariato dan Yohanes Sondang Kunto, 2023. Peran Mediasi Brand Image pada Pengaruh Celebrity Endorsement terhadap Purchase Intention Produk Thanksinsomnia, *Jurnal Manajemen Pemasaran*, Vol. 17, No. 1: 24-30.
- Alma, Buchari. 2016. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Kudus: Alfabeta.
- Annisa, Adinda Nur dan Eristia Lidia Paramita, 2021. Brand Promotion: The Effects of Celebrity *Endorsement* and Brand Image on Giordano Cloth Consumer Buying Decision, *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, Vol. 8, No. 1: 82-90.
- Arikunto, Suharsimi. 2016. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Assauri, Sofian. 2016. *Manajemen Pemasaran*. Depok: PT. Raja Grafindo Persada.
- Basuki, Risqy Aziz dan Nanda Alike Fairuz, 2021. Pengaruh Celebrity *Endorser* dan Word of Mouth terhadap Minat Beli Ulang melalui Brand Trust Pada Produk Erigo sebagai Variabel Moderasi, *Journal for Business and Entrepreneurship*, Vol. 5, No. 2: 1-17.

- Cahayani, Cindy Oktavia dan Sutar, 2020. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Brand Image dan Dampaknya terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Aldo Shoes, *Jurnal Ekonomi, Bisnis dan Manajemen*, Vol. 10, No. 2: 208-222.
- Darmestha dan Irawan. 2016. *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty.
- Fajar, Laksana. 2016. *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Febrian, Angga dan Muhtad Fadly, 2021. Brand Trust as celebrity Endorser Marketing Moderator's Role on 3Second Brand Purchasing, *Journal of Applied Management*, Vol. 19, No. 1: 207-216.
- Ferdinand, Augusty. 2016. *Structural Equation Modelling Dalam Penelitian Manajemen*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ferrinadewi, E. 2016. *Merek dan Psikologi Konsumen*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Firmansyah, M. Anang. 2018. *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)*. Yogyakarta: Deepublish.
- Gircela, Dinti dan Lela Nurlaela Wati, 2019. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Citra Merk dan Dampaknya terhadap Keputusan Pembelian Konsumen KZL, *Jurnal EKOBIS, Ekonomi, Bisnis & Manajemen*, Vol. 9, No. 1: 9-24.
- Hair, dkk. 2016. *Multivariate Data Analysis Pearson International Edition*. New Jersey: Prentice Hall.
- Hasan, Ali. 2016. *Marketing dan Kasus-kasus Pilihan*. Yogyakarta: CAPS.
- Hestyani, Andriana Dwi dan Sri Rahayu Tri Astuti, 2017. Analisis Pengaruh Celebrity Endorser, Daya Tarik Iklan, Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian dengan Brand Image sebagai Variabel Intervening (Studi pada Konsumen T-Shirt SUPREME di Kota Semarang), *Diponegoro Journal of Management*, Vol. 6, No. 2: 1-11.
- Umar, Husein. 2016. *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Irwansyah, Rudy, Khanti Listya, Amanda Setiorini. 2021. *Perilaku Konsumen*. Bandung: Widina Bhakti Persada.
- Izzati, Rosyida Rahma, 2019. Pengaruh Perceived Quality dan Brand Image terhadap Brand Trust Produk Bloods, *Jurnal Ilmu Manajemen*, Vol. 8, No. 2: 15-24.

- Jayanti, Suci Etri dan Rumiris Siahaan, 2021. Pengaruh Celebrity *Endorser* Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Baju Uniqlo Mahasiswi STIE Bina Karya, *Jurnal Muhammadiyah Manajemen Bisnis*, Vol. 2, No. 1: 167-172.
- Jumhodikromin, Sri Wahyuni, Hartelina dan Hawignyo, 2022. Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Hijab Land Rimaadeeva, *Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah*, Vol. 5, No. 2: 2116- 2124.
- Kiswalini, Annis dan I Ketut Nurcahya, 2021. Pengaruh Celebrity *Endorser*, Brand Image, dan Kepercayaan Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Kaos di Distro Sunday Rose Bali, *Jurnal Ekonomi*, Vol. 2, No. 1: 1522-1534.
- Kotler, P., dan Keller, K. L. 2017. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT Indeks.
- Kotler, Philip. 2016. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Phillip dan Gary Amstrong. 2016. *Manajemen Pemasaran Sudut Pandang Asia*. Jakarta: PT. Index.
- Kusdayanti, Prithvi Angginy dan Rusdi Hidayat Nugroho, 2023. Pengaruh Brand Image dan Celebrity *Endorser* terhadap Minat Beli melalui Brand Trust sebagai Variabel Intervening (Studi pada Konsumen Greenlight di Surabaya), *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, Vol. 4, No. 3: 3143-4251.
- Kwok, Vivian dan Daris Purba, 2022. Pengaruh Kepuasan Konsumen dan Kualitas Produk terhadap Kepercayaan Konsumen Crooz, *E-Journal Ekonomi*, Vol. 3, No. 1: 1-10.
- Lombok, Eunike Viedy Virginia dan Reitty L. Samadi, 2022. Pengaruh Brand Image, Brand Trust dan Digital Marketing terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Produk Sunday sunday Co (Studi Kasus pada Mahasiswa Universitas Sam Ratulangi), *Jurnal EMBA*, Vol. 10, No. 3: 953-964.
- Mangkunegara, A. 2016. *Perilaku Konsumen*. Bandung: Rafika
- Megayani dan Ellen Marlina, 2019. Pengaruh Celebrity *Endorsement* terhadap Purchase Intention melalui Brand Image Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus pada Brand H&M di Ramayana Rawamangun Periode 2018), *Jurnal Akuntansi dan Manajemen*, Vol. 16, No. 01: 175-193.
- Meutia, Kardinah Indrianna, Hadita dan Wirawan Widjarnarko, 2021. Dampak Brand Image dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk Miniso, *Journal of Technopreneurship on Economics and Business Review*, Vol. 02, No. 02: 75-87.

- Muslih, Muhammad Irfan Nasution dan Kiky Mentari, 2021. The Influence Of Celebrity Endorser And Product Quality On Purchase Decisions Through Brand Image As Intervening Variables In Crooz T-Shirt, *Proceeding International Seminar on Islamic Studies*, Vol. 2, No. 1: 412-432.
- Narapersada, Indra dan M. Darwinsyah, 2020. Pengaruh Dian Sastro sebagai Celebrity Endorser terhadap Brand Image Kick Denim, *Prosiding Jurnalistik*, Vol. 6, No. 2: 395-415.
- Pambudi, Rosyta Arum, 2021. Pengaruh Brand Image dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian melalui Brand Trust sebagai Variabel Intervening produk Famous, *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, Vol. 3, No. 2: 1-16.
- Prameswari, Rintan Harumi, Karona Cahya Susena dan M. Rahman Febliansa, 2022. Pengaruh Brand Awareness dan Brand Trust terhadap Keputusan Pembelian Produk Famo di Kota Bengkulu, *Jurnal Ekombis Review*, Vol. 10, No. 2: 637-646.
- Pristiawan, Hendra Eka, Mariah dan Shandra Bahasoan, 2022. Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian pada BlackID, *Nobel Management Review*, Vol. 3, No. 1: 52-63.
- Priyatno, Duwi. 2016. *Cara Kilat Belajar Analisis Data dengan SPSS 20*. Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- Purnama, Elang Satriaputra dan Bayu Ilham Pradana, 2021. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Brand Image dengan Brand Ambassador sebagai Variabel Moderasi (Studi pada Konsumen produk Nomi di Kota Malang), *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, Vol. 9, No. 2: 1-10.
- Ramadhani, Ira dan Prameswara Samofa Nadya, 2020. Pengaruh Celebrity Endorser dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian Fesyen Muslim Hijup, *Prosiding Konferensi Nasional Ekonomi Manajemen dan Akuntansi (KNEMA)*: 1-14.
- Refi, T. Muana dan Andri Tarlis, 2019. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Muslim Pada Toko Sedia Peureulak Aceh Timur, *Jurnal Investasi Islam*, Vol. 4, No. 2: 127-140.
- Rohmawati, Nur Aulia, 2020. Pengaruh Brand Identity, Kualitas Produk, dan Brand Trust terhadap Keputusan Pembelian Produk Erigo di Surabaya, *Jurnal Ilmu Sosial*, Vol. 3, No. 1: 1-13.
- Sadat, Andi M. 2017. *Brand Belief*. Jakarta: Salemba Empat.
- Salsabila, Aditha Amalia dan Albari Albari, 2022. Pengaruh Celebrity Endorsement dan Citra Merek terhadap Kepercayaan Merek dan Niat Beli

Produk Brainwave, *Jurnal Penelitian dan Pengabdian Masyarakat*, Vol. 2, No. 7: 884-898.

Salsabila, Dita Fadhila dan Luk Luk Atul Hidayati, 2021. Pengaruh Celebrity Endorser dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian Konsumen produk Anything di Shopee (Studi Empiris pada Karyawan Bank Jateng di Wilayah Kedu), *Prosiding Business and Economics Conference in Utilizing of Modern Technology*: 687-699.

Sangadji, Mamang, Etta dan Sopiah. 2016. *Perilaku Konsumen: Pendekatan Praktis*. Yogyakarta: CV. Andi Offset.

Schiffman, Leon G. and Leslie Lazar Kanuk. 2016. *Customer Behavior*. Prentice Hall Inc, USA.

Schulz, Eric. 2016. *The Marketing Game*. Jakarta: Erlangga.

Semuel, Hatane dan Levina Claranita, 2020. Analisa Pengaruh Product Quality terhadap Brand Loyalty dengan Brand Trust sebagai Variabel Mediasi Pada Madame Chang Surabaya, *Jurnal Strategi Pemasaran*, Vol. 7, No. 1: 1-11.

Septiani, Indriana Dwi, Sampurno dan Derriawan, 2019. Pengaruh Endorser Non-Selebriti terhadap Brand Image dan Brand Trust Serta Berdampak pada Minat Beli Konsumen Produk Bloods melalui Media Sosial Instagram, *Jurnal Inovasi Manajemen Ekonomi Dan Akuntansi*, Vol. 1, No. 2: 172- 187.

Shimp, Terence. 2016. *Periklanan Promosi Aspek Aspek Tambahan Komunikasi Terpadu*. Jakarta: Erlangga.

Simarmata, Hengki Mangiring Parulian, Erika Revida, Iskandar Kato, Hijrayanti Sari. 2021. *Manajemen Perilaku Konsumen dan Loyalitas*. Depok: Yayasan Kita Menulis.

Solomon, M. R. 2016. *Consumer Behavior: Buying, Having and Being*. New York: Pearson - Prentice Hall.

Suryantari, Ni Luh Putu Pratiwi dan Ni Nyoman Rsi Respati, 2022. Peran Brand Image dalam Memediasi Hubungan Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan dengan Keputusan Pembelian Produk Cosmic, *E-Jurnal Manajemen*, Vol. 11, No. 1: 127-149.

Takaya, Rowlan, 2019. The Effect of Celebrity Endorsment on Brand Image and Trust Brand and It's Impact to Purchase Intention Case Study: Zara Clothes Brand, *Business and Entrepreneurial Review*, Vol. 17, No. 2: 183-196.

- Tamara, Annisa Nurul, 2021. Pengaruh Brand Awareness dan Celebrity Endorser terhadap Kepercayaan serta Dampaknya pada Minat Beli Produk (Studi pada Konsumen Madeenaa.id), *Jurnal Indonesia Sosial Sains*, Vol. 2, No. 9: 1456-1476.
- Tjiptono, Fandy. 2016. *Bisnis Pengantar*. Yogyakarta: BPFE Yogyakarta.
- Wardhana, Daniel Yudistya, 2018. Pengaruh Kredibilitas *Endorser* Pada Niat Beli Konsumen dan Tingkat Kepercayaan Pada Iklan, *KINERJA*, Vol. 20, No. 1: 13-28.
- Watulingas, Devina Petra, Arrazi Bin Hasan Jan dan Yunita Mandagie, 2022. Pengaruh Brand Image, Brand Trust dan Price terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Uniqlo di Manado, *Jurnal EMBA*, Vol. 10, No. 4: 659-670.
- Wijaya, Sonny Nathaniel Catur, 2020. Pengaruh Celebrity Endorsement terhadap Keputusan Pembelian melalui Brand Image pada Produk Sportswear Merek Under Armour, *AGORA*, Vol. 8, No 2: 1-10.
- Wijaya, T. 2016. *Manajemen Kualitas Jasa*. Indeks. Jakarta.
- Yudha, Putu Dharma dan Ida Bagus Sudiksa, 2021. Pengaruh Celebrity *Endorser*, Brand Image, Kepercayaan, dan Harga terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Pembelian Baju *Jersey* Bali United di Gianyar), *E-Jurnal Manajemen Unud*, Vol. 7, No. 9: 5055-5079.
- Yusra, Irdha dan Widia Wati Rizki, 2021. Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Promosi terhadap Kepercayaan Pelanggan (Konsumen) produk Bloods, *Indonesian Journal of Applied Accounting and Finance*, Vol. 1, No. 1: 85-113.
- _____, 2021. *Pedoman Penyusunan Skripsi*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Universitas Muria Kudus.