

DAFTAR PUSTAKA

- Adam, M. R. (2022). Pengaruh Celebrity Endorser Dan Periklanan Terhadap Brand Image (Peran Digital Marketing). *Technomedia Journal*, 7, 189-201.
- Akila, A. (2022). Pengaruh Mutu Produk Serta Penetapan Harga Terhadap Keputusan Pembeli Pada Usaha Mandiri Palembang. *Jurnal Media Wahana Ekonomika*, Vol 19 No. 3, 353-366.
- Alfatiha, R. A. (2020). Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian melalui Minat Beli sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Konsumen Du Cafe Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*(Vol 9 No 4), 522-529.
- Alfiah, A. S. (2023). Alfiah, APengaruh Kualitas Produk, Citra Merek dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Vinyl Flooring Merek Taco di CV Indosanjaya Kota Bandung. *SEIKO: Journal of Management & Business*, Vol. 6 No. 1, 492-503.
- Alghifari, A. Y. (2021). Pengaruh Diskon, Kualitas Website, Persepsi Risiko Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Online Shop Shopee: Studi Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Purwokerto. *Derivatif: Jurnal Manajemen*, Vol. 15 No. 2, 223-236.
- Arianto, N. &. (2020). Pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap minat beli konsumen pada PT Nirwana Gemilang Property. *Jurnal Disrupsi Bisnis*, Vol. 3 No. 2.
- Assauri, S. (2017). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Chasanah, H. F. (2022). The Effect of Digital Content Marketing and Product Quality on Purchase Decisions through Purchase Intention as an Intervening Variable. *Jurnal Mantik.*, 6 No 1, 551-559.
- Christiana, I. &. (2023). PERAN MEDIASI MINAT BELI PADA PENGARUH CELEBRITY ENDORSER DAN SOCIAL MEDIA MARKETING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN. *Jurnal Motivasi UM Palembang*, Vol. 8 No. 2, 121-130.
- Fasha, A. F. (2022). Determinasi keputusan pembelian melalui minat beli: brand ambassador dan brand image (literature review manajemen pemasaran). *Jurnal manajemen pendidikan dan ilmu sosial*, Vol. 3 No. 1, 30-42.
- Febiyanti, L. &. (2022). Pengaruh e-WOM, brand image, kualitas produk dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian pada pengguna Grab melalui

- minat beli sebagai variabel intervening. *Jurnal Manajemen dan Dinamika Bisnis*, Vol. 1 No. 1, 28-39.
- Ghozali, I. (2017). *Model persamaan struktural konsep dan aplikasi dengan program AMOS 24 update bayesian SEM edisi 7*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Hendryadi, H. (2021). Editorial Note: Uji Validitas Dengan Korelasi Item-Total. *Jurnal Manajemen Strategi dan Aplikasi Bisnis*, Vol 4 No 2, 315-320.
- I Wayan Gede Antok Setiawan Jodi, N. R. (2019). Pengaruh Promosi Dengan Celebrity Endorser Terhadap Brand Trust Dan Minat Beli Konsumen Pada Bidang Usaha Online Shop Pakaian Perempuan Di Denpasar Bali (Studi Pada Dinda Fashion Bali). *Jurnal Magister Manajemen Unram*, 8, 25 - 34.
- Kaliongga, C. L. (2020). Pengendalian Kualitas Produksi Jalangkote (Studi Kasus: Produksi Jalangkote Berkah di Jalan Kartini, Kel. Lolu Selatan, Kec. Palu Timur, Kota Palu, Sulawesi Tengah). *Jurnal Ilmiah Akuntansi*, 18, 1.
- Katiandagho, N. J. (2023). Pengaruh Viral Marketing, Celebrity Endorser, Harga, dan Service Quality Terhadap Keputusan Pembelian Pengguna TikTok Shop. *Sains Manajemen: Jurnal Manajemen Unsera*, Vol. 9 No. 1, 13-27.
- Keller, K. &. (2016). *Marketing Management, Edisi 15*. Pearson Education.
- Kharisma, L. &. (2019). Peran Mediasi Minat Beli pada Pengaruh Brand ambassador dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian. Niagawan. Vol 8 No 3, 197-215.
- Kurniawati, E. (2022). Pengaruh Kepercayaan dan Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen Lazada.Co.Id Di Kota Semarang). *Jurnal Ilmiah Bidang Ilmu Ekonomi*, 20, 59-70.
- Kurniawati, E. (2022). pengaruh Kepercayaan dan Celebrity Endorser terhadap Keputusan Pembelian pada konsumen Lazada.co.id di Kota Semarang. *Jurnal Ilmiah Bidang Ilmu Ekonomi*, Vol. 20, No. 1, 59-70.
- Maskur, D. S. (2022). Pengaruh Celebrity Endorser, Citra Merek dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarrlet Whitening (Studi Kasus Pengguna Scarrlet Whitening). *Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syari'ah*, Vol 5 No 2, 2599-3410.
- Maulida, I. P. (2022). Pengaruh Kepercayaan Dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Tokopedia Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening (Studi Empiris Pada Milenial Kota Madiun). In *Simba: Seminar Inovasi Manajemen Bisnis, Dan Akuntansi*, Vol. 4 No. 1, 1-19.

- Monty, D. A. (2015). *Trust-Based Selling "Finding and Keeping Customers For Life*. Apress.
- Nanda Dwi Iskuntianti, M. A. (2020). The Influence Of Brand Image, Lifestyle, And Product Quality on Purchase Decisions. *Jurnal Business Management Review*, Vol. 1 No. 6, 436-448.
- Pramezwary, A. J. (2021). Brand Trust dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Di Masa Covid 19. *Jurnal Perspektif*, Vol.19 No.1, 24-31.
- Pramezwary, A. J. (2021). Pengaruh Identitas Brand Dan Strategi Penjualan Burger King Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Jurnal Humaniora*, Vol. 21 No.1, 10-18.
- Purwati, A. &. (2022). Pengaruh brand ambassador dan brand image terhadap minat beli yang berdampak pada keputusan pembelian. *IQTISHADUNA: Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita*, Vol. 11 No. 1, 32-46.
- Putra, S. C. (2018). Pengaruh Brand Equity Terhadap Keputusan Pembelian Produk Strap Leather King. *Jurnal Manajemen*, 74-583.
- Putri, S. Y. (2023). Pengaruh Persepsi Nilai Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Yang Di Mediasi Oleh Minat Beli. *Technomedia Journal*. 8 No 1, 92-107.
- Sangadji, E. M. (2018). *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Saputra, A. (2021). Tingkat Kepercayaan Masyarakat Terhadap Kinerja Polri Tahun 2020. *Jurnal Litbang Polri*, Vol 24 No. 1, 1-29.
- Septiawan, D. B. (2020). The effect of Instagram and celebrity endorser advertising on purchase decisions with buying interest as variable intervening “(Study at Radio Store Semarang)”. *Journal of Management*, 6 No 2.
- Setiyana, Y. &. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Ekuitas Merek Dan Gaya Hidup Terhadap Proses Keputusan Pembelian Produk Honda Vario (Studi Pada Dealer Cm Jaya Kota Rembang). *Jurnal Prodi Manajemen*, 476-483.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabet, CV.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Tampubolon, R. R. (2024). Analisis Statistik Sehubungan Dengan Kurang Optimalnya Penghimpunan Zakat Di Indonesia Menggunakan Metode Structural Equation Modeling (SEM)(Studi Kasus Wilayah Sumatera

Utara). *Innovative: Journal Of Social Science Research*, Vol. 4 No. 4, 1700-1708.

Wijaya. (2018). *Manajemen Kualitas jasa Desain Servqual, QFD dan Kano Edisi Kedua*. Jakarta: Indeks.

------. (2021). *Pedoman Penyusunan Skripsi Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muria Kudus*.

