

DAFTAR PUSTAKA

- Abi Mantara, M., & Nyoman Yulianthini, N. (2022). Faktor-Faktor Yang Menentukan Keputusan Pembelian Secara Online di Bukalapak Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi di Undiksha. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 4(2).
- Adam, M. R. R., Handra, T., & Annas, M. (2022a). Pengaruh Celebrity Endorser dan Periklanan Terhadap Brand Image (Peran Digital Marketing). *Technomedia Journal*, 7(2), 189–201. <https://doi.org/10.33050/tmj.v7i2.1905>
- Adam, M. R. R., Handra, T., & Annas, M. (2022b). Pengaruh Celebrity Endorser dan Periklanan Terhadap Brand Image (Peran Digital Marketing). *Technomedia Journal*, 7(2), 189–201. <https://doi.org/10.33050/tmj.v7i2.1905>
- Adelia, R., & Cahya, S. B. (2023). Pengaruh Content Marketing dan Brand Image Terhadap Minat Beli Mafia Gedang di Kota Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 11.
- Aji, L. (2022). *Celebrity Endorser Pendongkrak Penjualan* (E. Kristiani, Ed.; Pertama). Mitra Ilmu.
- Algiffary, M. A., Wahab, Z., Shihab, M. S., & Widiyanti, M. (2020). Pengaruh Celebrity Endorser, Online Advertising dan Word of Mouth terhadap Minat Beli Konsumen pada E-Commerce Tokopedia. *AMAR (Andalas Management Review)*, 4(2), 16–31. <https://doi.org/10.25077/amar.4.2.16-31.2020>
- Anam, K., Ahmadiono, & Rokhim, A. (2023). Influence Equity, Assets and Liabilities to Stock Price With Profitability as an Intervening Variable at PT Bank Syariah Indonesia. *Jurnal Syntax Admiration*, 4(11). <https://doi.org/10.46799/jsa.v4i11.755>
- Anas, A. A., & Sudarwanto, T. (2020). Pengaruh Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian di Eiger Store Royal Plaza Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 8. www.kapanlagi.com
- Andhini, K. C., & Setiawan, H. (2023). Pengaruh Celebrity Endorser dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli Sebagai Variabel Intervening Produk Pantene Miracles Hair Supplement Conditioner (Studi Kasus Pada Konsumen Produk Pantene di Kota Madiun). *Jurnal Seminar Inovasi Manajemen Bisnis Dan Akuntansi*. www.pantene.co.id/
- Anggy, *, Filatamara, F., Filatamara, A. F., Haeruddin, M., Musa, I., Tawe, A., Ilham, M., & Haeruddin, W. (2023). Pengaruh Celebrity Endorser Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlett Whitening Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Negeri Makassar. *Jurnal Manajemen Riset Inovasi (MRI)*, 1(4), 223–237. <https://doi.org/10.55606/mri.v1i4.1857>

- Basuni, M., Setiadi, R., Fitralisma, G., & Ikhwan, S. (2023). Analisis Pengaruh Perilaku Konsumen Dalam Pengambilan Keputusan Pembelian Online Masyarakat Kabupaten Brebes Pada E-Commerce Shoppe Analysis of the Influence of Consumer Behavior in Online Purchase Decision Making in Brebes Regency Community on E-Commerce Shoppe. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 16(2), 10–18. <http://journal.stekom.ac.id/index.php/E-Bisnispage1>
- Caniago, A., & Rustanto, A. E. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Konsumen Pada UMKM di Jakarta (Studi Kasus Pembelian Melalui Shopee). *Jurnal Pemikiran Dan Penelitian Bidang Administrasi, Sosial, Humaniora Dan Kebijakan Publik*, 5, 19–25.
- Chasanah, U., & Kurniyawati, V. (2022). Pengaruh JKT48 dan BCL Sebagai Brand Ambassador dan Brand Image Xiaomi Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening di Yogyakarta. *Conference on Innovation and Application of Science and Technology (CIASTECH)*.
- Damayanti, D., & Wahyudi, H. D. (2022). Pengaruh Celebrity Endorser terhadap Purchase Intention: Peran Mediasi Brand Credibility dan Brand Attitude. *Jurnal Nusanara Aplikasi Manajemen Bisnis*, 7(2), 285–296. <https://doi.org/10.29407/nusamba.v7i2.17710>
- Diyahayu Primadani, R., Purwanto, H., & Sari, S. L. (2021). Pengaruh Celebrity Endorser dan Brand Image Terhadap keputusan Pembelian Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Konsumen Bintang Toedjo di Madiun). *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Akuntansi*.
- Dwi Nugroho, N., Sidanti, H., Citaningtyas, D., & Kadi, A. (2023). Peran Harga, Citra Merek, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Roti Bakar Gandaria di Madiun Melalui Minat Beli Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Seminar Inovasi Manajemen Bisnis Dan Akuntansi*.
- Faradasya, C. I., Trianasari, N., Si, S., & Stat², M. (2021). Pengaruh Brand Ambassador Kpop Stray Kids Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian (studi Kasus E-commerce Shopee). *EProceedings of Management*.
- Ferdiana Fasha, A., Robi, M. R., & Windasari, S. (2022). Determinasi Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli: Brand Ambassador dan Brand Image (Literatur Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(1). <https://doi.org/10.38035/jmpis.v3i1>
- Firmansyah, A. (2019). *Pemasaran Produk dan Merek (Planning & Strategy)* (Q. Media & Erika, Eds.; Pertama). Media, Penerbit.
- Fitri, I. A., Wijaya, R., & Nurjannah, D. (2022). The Effect of Celebrity Endorser, Brand Image, and Product Quality on The Purchase Decision of Sariayu Martha Tilaar Cosmetics. *Jamanika (Jurnal Manajemen Bisnis Dan Kewirausahaan)*, 2(04). <https://doi.org/10.22219/jamanika.v2i04.23833>

- Ghozali, I. (2021). *Partial Least Square Konsep, Teknik dan Aplikasi* (A. Tejokusumo, Ed.; ketiga). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hakim, A. R., Daviya, M., & Fauzi, N. (2019). Industri Kosmetik dan Manfaat Bagi Konsumen Kosmetik di Indonesia. *Majoring In Chemistry Faculty Of Math And Science Padang State University*, 1(1), 1–23.
- Harman, A., Wahyudi, O. B., & Goenawan, F. (2021). Efektivitas Penggunaan Paula Verhoeven Sebagai Celebrity Endorser Iklan MakeOver di YouTube. *Jurnal E-Komunikasi*, 9(2).
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan* (Pertama). Unitomo Press.
- Inggasari, S., & Hartati, R. (2022). Pengaruh Celebrity Endorser, Brand Image dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlett Whitening. *Journal STIM*.
- Irwansyah, R., Listya, K., & Setiorini, A. (2021). *Perilaku Konsumen* (U. Taufik, A. Abdullatif, & V. Sivira, Eds.; Pertama). Widina Bakti Persada.
- Karmila, & Sanjaya, A. (2023). Pengaruh Celebrity Endorser dan Iklan Media Sosial Instagram Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 13(2), 116–120. <https://doi.org/10.35797/jab.13.2.116-120>
- Kumbara, V. (2021). Determinasi Nilai Pelanggan dan Keputusan Pembelian : Analisis Kualitas Produk, Desain Produk dan Endorser. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 2.
- Kurniawati, N. I. (2020). Analisis pengaruh word of mouth dan citra merek terhadap keputusan pembelian produk kosmetik makeover kota semarang. *Forum Ekonomi*, 22(2), 286–295.
- Lesmana, T. (2022). Analisis Perilaku Konsumen Generasi Milenial Dalam Berbelanja Online. *Bisnis Dan Industri (EBI)*, 05(02), 46–56. <http://jurnal.cic.ac.id/>
- Lia Agustin, & Shoviantari, F. (2020). Penyuluhan Kosmetik Yang Aman dan Notifikasi Kosmetik. *Journal of Community Engagement and Employment*, 2(1). <http://ojs.iik.ac.id/index.php/JCEE>
- Luh, N., Sari, G., Astuti, D., Gde, I., Surya, D., Widhyadanta, A., Sari, R. J., Kunci, K., Merek, C., Merek, K., & Pembelian, K. (2021). Pengaruh Brand Image dan Brand Awareness Lazada Terhadap Keputusan Pembelian Online. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana*, 10(10), 897–910. <https://ojs.unud.ac.id/index.php/EEB/>
- Lystia, C., Winasis, R., Widiyanti, H. S., & Hadibrata, B. (2022). *Determinasi Keputusan Pembelian: Harga, Promosi, dan Kualitas Produk (Literature Review Manajemen Pemasaran)*. 3(4). <https://doi.org/10.31933/jimt.v3i4>

- Mahiri, E. A. (2020). Pengaruh, Brand Image Dan Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Pada Konsumen Badan Usaha Milik Desa (BUMDES) Mart Banjaran. *Jurnal Ilmiah Manajemen*, 9.
- Malichah, S., & Wiwoho, G. (2021). Pengaruh Celebrity Endorser, Electronic Word of Mouth (EWOM) dan Brand Image Terhadap Purchase Decision dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening (Studi pada Konsumen Minuman Isotonik Pocari Sweat di Kabupaten Kebumen). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen*, 3(6), 2021. <http://journal.stieputrabangsa.ac.id/index.php/jimmba/index>
- Megasari Manik, C., & Siregar, O. M. (2022). Pengaruh Brand Image dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian pada Konsumen Starbucks di Kota Medan. *Journal of Social Research*, 1(7), 694–707. <https://doi.org/10.55324/josr.v1i7.134>
- Meli, N., Arifin, D., & Permata Sari, S. (2022). Pengaruh Minat Beli Terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Genusian Card. *Jurnal Seminar Nasional Ekonomi Dan Akuntans*.
- Meliantari, D. (2023). *Produk dan Merek* (E. Setiawan & H. Sukma, Eds.; Pertama). EUREKA MEDIA AKSARA.
- Miranda, A., Latief, F., manajemen, J., & Nobel Indonesia Makassar, I. (2023). Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Make Over Pada Mahasiswa ITB Nobel Indonesia. *Malomo: Jurnal Manajemen Dan Akuntansi*, 1(1), 29–41.
- Muslih, Nasution, M., & Mentari, K. (2021). The Influence of Celebriy Endorser AND Produc Qualiy to Purchase Decision Through Brand Image as Intervening Variabel in “Wardah” Cosmetics. *Proceeding International Seminar on Islamic Studies*.
- Mustika Dwi Palupi, F., & Setiawan, H. (2023). Pengaruh Celebrity Endorser dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Konsumen Wardah Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas PGRI Madiun). *Seminar Inovasi Manajemen Bisnis Dan Akuntansi*.
- Niken Puspita Sari, & Tri Sudarwanto. (2022). Pengaruh Celebrity Endorser dan Brand Image Terhadap Minat Beli Konsumen Skincare MS GLOW (Studi Pada Konsumen MS Glow di Jawa Timur). *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi Dan Bisnis*, 1(2), 25–40. <https://doi.org/10.51903/jimeb.v1i2.345>
- Nikolas Tarigan, A., & Lumban Raja, P. (2022). Influence of Celebrity Endorser and Brand Image on Purchase Decision of Erigo Product (Study on Erigo consumers in Medan City). *Journal of Management Accounting, General Finance and International Economics*, 2(1). <https://ojs.transpublika.com/index.php/MARGINAL/>

- Novianti, & Saputra, A. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Minat Beli dan Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian di Minimarket Victoria Tiban. *Journal Eco Bussiness*, 6(1).
- Nugraha, J. (2021). *Teori Perilaku Konsumen* (A. Jibril, Ed.; Pertama). Nasya Expanding Management.
- Nurfauzi, Y., Taime, H., Hanafiah, H., Yusuf, M., Asir, M., Majenang, S., Jambatan Bulan, S., Bina Bangsa, U., Bandung, S., & Makassar, I. (2023). Literature Review: Analysis Of Factors Influencing Purchasing Decisions, Product Quality And Competitive Pricing Literature Review: Analisis Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian, Kualitas Produk dan Harga Kompetitif. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 4(1), 183–188. <http://journal.yrpioku.com/index.php/msej>
- Prayogo, A., Fauzi, A., Sapto Bagaskoro, D., Alamsyah, A., Tonda, F., Hafidzi, M. K., Radittya, M., Fatturrohman, H., & Wijaya, S. (2023). Pengaruh Brand Image, Viral Marketing dan Brand Awareness Terhadap Minat Beli Konsumen. *Jurnal Ilmu Mulidisiplin*, 1(4). <https://doi.org/10.38035/jim.v1i4>
- Primadani, R., Purwanto, H., & Sari, S. L. (2021). Pengaruh Celebrity Endorser dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening (Studi Empiris Pada Konsumen Bintang Toedjo Masuk Angin di Madiun). *Seminar Inovasi Manajemen, Bisnis, Dan Akuntansi*, 3. www.TopBrandIndex.com
- Puspita Sari, N., & Sudarwanto, T. (2022). Pengaruh Celebrity Endorser dan Brand Image Terhadap Minat Beli Skincare MS Glow (Studi Pada Konsumen MS Glow di Jawa Timur). *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi Dan Bisnis*, 1(2), 25–40. <http://ejurnal.provisi.ac.id/index.php/JIMEB>
- Putri, E., Gendalasari, G. G., & Fahsani, D. H. (2023). *Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk, Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Mie Instan Gaga Mie*. <https://doi.org/10.37641/jabkes.v3i2.2361>
- Putri Sari, S. (2020a). Hubungan Minat Beli Dengan Keputusan Pembelian Pada Konsumen. *Jurnal Ilmiah Psikologi*, 8(1), 147–155.
- Putri Sari, S. (2020b). Hubungan Minat Beli Dengan Keputusan Pembelian Pada Konsumen. *Journal Unmul*, 8(1), 147–155.
- Ratna Sari, Y., Harliyani, S., Sanjaya, V. F., Studi Manajemen Bisnis Syariah, P., & Islam Negeri Raden Intan Lampung, U. (2022). Pengaruh Harga, Brand Image, Dan Celebrity Endorser Enzy Storia Terhadap Minat Beli Produk Erigo. In *Business and Entrepreneurship Journal (BEJ) e-ISSN* (Vol. 3, Issue 1).
- Razak, M. (2016). *Perilaku Konsumen* (Mutmainnah, Ed.; Pertama). Alauddin University Press.

- Reska, A., Samri, Y., Nst, J., Tambunan, K., Studi, P., Syariah, A., Ekonomi, F., & Islam, B. (2023). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen Membeli Produk Takaful Dana Pendidikan pada PT Takaful Keluarga Cabang Medan. *Jurnal Ilmu Komputer, Ekonomi Dan Manajemen*, 3(1).
- Ristauli Hutagaol, R. S., & Safrin, F. A. (2022). Pengaruh Celebrity Endorser dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Scarlett Whitening. *Journal of Social Research*, 1(7), 761–772. <https://doi.org/10.55324/josr.v1i7.147>
- Rosita, D. (2021). Pengaruh Celebrity Endorser dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Wardah pada Konsumen Mahasiswa. *Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia*, 4. www.digimind.id
- Rosmayanti, M. (2023). Pengaruh Brand Image Dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Mixue. *Journal on Education*, 5(3), 8126–8137. <https://doi.org/10.31004/joe.v5i3.1600>
- Runtulalo, E. R., J Ogi, I. W., Ch Raintung, M., Ruth Runtulalo, E., J Ogi, I. W., Ch Raintung, M., Manajemen, J., & Ekonomi dan Bisnis, F. (2023). Pengaruh Experiential Marketing dan Adversiting Terhadap Brand Image (Studi Kasus Pada Cafe Wawi Kadio Tonsewer di Kabupaten Minahasa) The Influence Of Experiential Marketing and Advertising On Brand Image (Study of Cafe Wawi Kadio Tonsewer). *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akunansi*, 11(3), 609–620.
- Sabar, M., & Moniharapon, S. (2022). Pengaruh Media Sosial, Celebrity Endorser dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Produk MS Glow di Kota ManadoT. *Jurnal Emba*, 10(4), 422–433.
- Samsudin, A., Hidayat, R., Agusnia, T. W., Ayu, C. S., Bisnis UPN, A., & Timur, J. (2023). Pengaruh Celebrity Endorser terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare. *Jurnal Kajian Ekonomi Islam*, 4, 1171.
- Saputra, F., Ali, H., & Mahaputra, M. R. (2023). Peran Ingredients, Influencer Review dan Live Streaming Marketing terhadap Minat Beli Konsumen pada Produk Skincare Varian Mugwort. *Jurnal Komunikasi Dan Ilmu Sosial*, 1(3). <https://doi.org/10.38035/jkis.v1i3>
- Saputra, F., Khaira, N., & Saputra, R. (2023). Pengaruh User Interface dan Variasi Produk terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Literature). *Jurnal Komunikasi Dan Ilmu Sosial*, 1(1), 18–25. <https://doi.org/10.38035/jkis.v1i1.115>
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2017). *Metode Penelitian untuk Bisnis* (6th ed.). Salemba Empat.
- Septiawan, D. B., Harini, D. C., Leonardo,), & Hasiholan, B. (2020). The Effect of Instagram and Celebrity Endorser Advertising on Purchase Decision Wit

- Buying Interest as Variable Intervening “(Study at Radio Store Semarang).” *Jurnal Universitas Pandanaran*, 6.
- Septiyani, Y., Dilasari, R., & Zubadi, H. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Rabbani Store di Kota Magelang. *Business and Economics Conference In Utilizing of Modern Technology*.
- Siswanti, Y. E., & Prihatini, A. E. (2020). Pengaruh Electronic Word Of Mouth, Brand Image, Dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Sariayu Martha Tilaar (Studi Pada Konsumen Wanita Sariayu Martha Tilaar Yang Berada Di Kota Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 9(3), 380–388. <https://doi.org/10.14710/jiab.2020.28149>
- Sjoekri, N., Krisnandi, H., Digdowiseiso, K., Mohamed, M., Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis, P., & Nasional, U. (2024). The Influence of Brand Image, Celebrity Endorser and Price Perception pn The Purchase Decision of Yamaha Mio Motorcycles. *Journal of Social Science*, 5, 1.
- Sudirjo, F., Handra, T., Assumpta Wikantari, M., & Ruchiat Nugraha, A. (2024). The Influence of Brand Image, Information Quality and Celebrity Endorsers on Purchasing Decisions on Instagram. *International Journal of Economics Development Research*, 5(2), 2024–2743. <https://erigostore.co.id/>
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Manajemen* (Setiyawami, Ed.; 2nd ed.). ALFABETA.
- Tarigan, P. S., Wahyono, D., Kusumawardhani, T., Sairdama, S. S., & Nugraha, A. R. (2023). Pengaruh Digital Marketing dan Brand Image Terhadap Minat Beli Produk Kosmetik Make Over. *JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi)*, 9(4), 1431–1439. <https://doi.org/10.35870/jemsi.v9i4.1352>
- Tiong, P., Sumaryo, P., Latif, A., Dalle, Y., Makassar, A., & Selatan, S. (2023). Jurnal Mirai Management Pengaruh Daya Tarik Iklan dan Celebrity Endorser Terhadap Peningkatan Penjualan Mobil (Studi Kasus pada PT. Bosowa Berlian Motor di Makassar). *Jurnal Mirai Management*, 8(2), 453–467.
- Triputranto, B., Nurdiansyah, F., & Madani, F. (2021). Pengaruh Celebrity Endoser terhadap Minat Akses Situs Web dan Aplikasi Tokopedia (Studi Kasus pada Iklan Tokopeida X BTS). *Jurnal Bisnis Dan Pemasaran*, 11.
- Wabang, N., & Telagawathi. (2023). Pengaruh Celebrity Endorser dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Make over di Kota Singaraja. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 5(1).
- Wijayanti, T., Savitri, C., Pramudita Faddila, S., Ekonomi dan Bisnis, F., Buana Perjuangan Karawang, U., & Author, C. (2024). The Influence Of Content Marketing Instagram And Celebrity Endorsement On Consumer Purchase Intention Bittersweet By Najla (Study On Instagram Followers Bittersweet By Najla Karawang) Pengaruh Content Marketing Instagram Dan Celebrity

Endorsement Terhadap Minat Beli Konsumen Bittersweet By Najla (Studi Pada Followers Instagram Bittersweet By Najla Karawang). In *Management Studies and Entrepreneurship Journal* (Vol. 5, Issue 1). <http://journal.yrpioku.com/index.php/msej>

Yunita, P. (2022). Pengaruh Brand Image, Daya Tarik Iklan, Dan Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian MS Glow (Studi Kasus Pada Pelanggan MS Glow Kota Semarang) Effect of Brand Image, Advertising Attractiveness, and Celebrity Endorser To Purchase Decision MS Glow (Study on MS Glow Customers in Semarang City). *Jurnal Prosiding Seminar Nasional Unimus*, 5.

Zahra, F., Rianto, M. R., Woestho, C., Bukhari, E., Widjanarko, W., Ekonomi, F., Bisnis, D., Bhayangkara, U., & Raya, J. (2024). Pengaruh Brand Ambassador dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli Skincare Somethinc di Kota Bekasi. In *Indonesian Journal of Economics and Strategic Management (IJESM)* (Vol. 2, Issue 1).

Pedoman Penyusunan Skripsi Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus.