

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, T. (2018). Manajemen Pemasaran. In Ilmu Ekonomi.
- Alim, A. S., & Budiarti, E. (2021). Peran Iklan Televisi Dan Celebrity Endorsement Pond's Terhadap Purchase Intention. *Jem17: Jurnal Ekonomi Manajemen*. <https://doi.org/10.30996/Jem17.V6i1.5277>
- Aminullah, M. (2020). Konsep Pengembangan Diri Dalam Menghadapi Perkembangan Teknologi Komunikasi Era 4.0. *Komunike*.
- Anggraeni, A. R., & Soliha, E. (2020). Kualitas Produk, Citra Merek Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen Kopi Lain Hati Lamper Kota Semarang). *Al Tijarah*, 6(3), 96–107.
- Armalia, M., & Yuliana, Y. (2021). Pengaruh Iklan Televisi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Wardah Pada Konsumen Wardah Di Desa Celawan Kecamatan Pantai Cermin. 6.
- Astuti, S. I., Arso, S. P., & Wigati, P. A. (2020). Pengaruh Persepsi Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Air Minum Dalam Kemasan Fotaqua Di Badung Bali. *Analisis Standar Pelayanan Minimal Pada Instalasi Rawat Jalan Di Rsud Kota Semarang*, 3, 103–111.
- Baker, M. J., & Hart, S. (2016). *The Marketing Book: Seventh Edition*. In *The Marketing Book: Seventh Edition*. <https://doi.org/10.4324/9781315890005>
- Basuki, R. S., Rulirianto, & Kusumasasti, I. (2020). Pengaruh Kesadaran Merek, Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pasta Gigi Pepsodent. *Senabisma*.
- Boroch, R. (2018). Book Review: Older Tourist Behavior And Marketing Tools. *Anthropology & Aging*. <https://doi.org/10.5195/Aa.2018.196>
- Budiman, R., & Erdiansyah, R. (2021). Pengaruh Celebrity Endorser, Kualitas Pesan Iklan, Kreativitas Iklan Terhadap Efektivitas Iklan Gojek Cerdikiawan. *Prologia*. <https://doi.org/10.24912/Pr.V5i1.8140>
- Caroline, A. (2019). Analisis Pengaruh Celebrity Endorser Dan Product Quality Terhadap Buying Decision Serta Dampaknya Pada Satisfaction (Survei Pada Konsumen Produk Kosmetik Rossa Beauty Di Kota Pontianak). *Equator Journal Of Management And Entrepreneurship (Ejme)*. <https://doi.org/10.26418/Ejme.V8i1.38283>
- Chan, T.-J., Selvakumaran, D., Idris, I., & Azura Adzharuddin, N. (2021). The Influence Of Celebrity Endorser Characteristics On Brand Image: A Case Study Of Vivo. *Journal Of Media And Communication (Search, Malaysia)*.

- Dedeoğlu, B. B., Van Niekerk, M., Küçükergin, K. G., De Martino, M., & Okumuş, F. (2020). Effect Of Social Media Sharing On Destination Brand Awareness And Destination Quality. *Journal Of Vacation Marketing*. <https://doi.org/10.1177/1356766719858644>
- Devi Elisya Faddilah, & I Made Bagus Dwiarta. (2020). Pengaruh Citra Merek, Inovasi Produk, Dan Kepuasan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Kfc Gajahmada Sidoarjo. *Journal Of Sustainability Bussiness Research (Jsbr)*. <https://doi.org/10.36456/Jsbr.V1i1.3001>
- Djan, I., & Rubbiah Adawiyah, S. (2020). The Effect Of Convenience And Trust To Purchase Decision And Its Impact To Customer Satisfaction. *International Journal Of Business And Economics Research*. <https://doi.org/10.11648/J.Ijber.20200904.23>
- Edriani, D. (2021). Pengaruh Persepsi Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Jurnal Ekobistek*, 18(01), 132–135. <https://doi.org/10.35134/Ekobistek.V10i2.114>
- Ferdinand, P. D. A. (2018). Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian Untuk Skripsi, Tesis Dan Disertasi Ilmu Manajemen. In Bp Undip 2. <https://doi.org/10.4304/Jcp.8.2.326-333>
- Fidella, S. N., & Sri, H. W. (2021). Pengaruh Terpaan Iklan Televisi Dan Daya Tarik Celebrity Endorser Dalam Kampanye #Rambutakukataaku Terhadap Keputusan Pemebelian Shampo Dove. Universitas Diponegoro.
- Foxall, G. R. (2018). Strategic Marketing Management. In *Strategic Marketing Management*. <https://doi.org/10.4324/9781315062150-220>
- Ikawati, K., Militina, T., & Achmad, G. N. (2021). The Effect Of Celebrity Endorsers And Advertising Attractiveness On Brand Image And Purchase Decisions For Tokopedia Application Users In Samarinda. *International Journal Of Economics, Business And Accounting Research (Ijebbar)*.
- Ilyas, G. B., Rahmi, S., Tamsah, H., Munir, A. R., & Putra, A. H. P. K. (2020). Reflective Model Of Brand Awareness On Repurchase Intention And Customer Satisfaction. *Journal Of Asian Finance, Economics And Business*. <https://doi.org/10.13106/Jafeb.2020.Vol7.No9.427>
- Jatmiko, Anggarani, A., & Sudarwan. (2020). Buku Ajar Manajemen Pemasaran. In Universitas Esa Unggul.
- Khotimah, S., Setyorini, W., & Yohana, Y. (2020). Pengaruh Biaya Promosi Terhadap Penjualan Sepeda Motor Merek Honda Jenis Matic Pada Pt. Trio Motor Cabang Pangkalan Bun. Magenta.
- Kotler, Philip, & Keller, K. L. (2017). *Manajemen Pemasaran*. In Jakarta.

- Kotler, Phillip. (2018). *Marketing Management* (15th Ed.). Pearson.
- Kusumaningrum, D. N. T. (2019). Pengaruh Terpaan Iklan Kosmetik Maybelline Di Televisi Dan Intensitas Komunikasi Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Maybelline. *Journal Undip*.
- Lee, J. E., & Chen-Yu, J. H. (2018). Effects Of Price Discount On Consumers' Perceptions Of Savings, Quality, And Value For Apparel Products: Mediating Effect Of Price Discount Affect. *Fashion And Textiles*, 5(1). <https://doi.org/10.1186/S40691-018-0128-2>
- Lestari, M., & Wahyono. (2021). The Influence Of Celebrity Endorser And Online Promotion On Purchase Decision Throudh Brand Image. *Management Analysis Journal*, 10(2), 198–211.
- Muslih, M., Nasution, M. I., & Mentari, K. (2021). The Influence Of Celebrity Endoser And Product Quality On Purchase Decision Through Brand Image As Intervening Variabel In Wardah Cosmetic. *Proceeding International Seminar On Islamic Studies*, 2(1), 412–432.
- Nabila, A. S., & Ma'arif, N. N. (2021). Pengaruh Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Produk Brand Fashion Merchè Di Kalangan Followers Instagram Merche.Id. *Syntax Idea*. <https://doi.org/10.36418/Syntax-Idea.V3i9.1458>
- Neneng Nurmalasari, & Masitoh, I. (2020). *Manajemen Strategi Pemasaran Pendidikan Berbasis Media Sosial*. Jurnal.Unigal.Ac.Id.
- Nova, M., & Nurdin, R. (2020). Analisis Pengaruh Iklan Televisi , Celebrity Endorser , Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Islam*.
- Noviani, L. (2021). Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Perempuan Dalam Melakukan Pembelian Online Di Shopee Indonesia. *Jurnal Manajemen Dan Retail*.
- Nuraida, C. F., Andharini, S. N., & Satiti, N. R. (2022). The Influence Of Celebrity Endorsers On Purchasing Intention Through The Shopee Application With Brand Trust As Mediation Variable. 02(03). <https://doi.org/10.22219/Jamanika.V2i03.22742>
- Nursalam. (2017). *Metodologi Penelitian Ilmu Keperawatan*. In Salemba Medika.
- Nurtiah, N., & Abdillah, F. (2021). Pengaruh Sikap Konsumen Terhadap Iklan Televisi Dan Minat Beli Suatu Produk. *Journal Of Management : Small And Medium Enterprises (Smes)*, 14(3), 351–363. <https://doi.org/10.35508/Jom.V14i3.5612>
- Nurvita, A. R., & Budiarti, A. (2019). Pengaruh Celebrity Endorser Dan Brand

- Image Dimediasi Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Giyomi Clothing Store. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 8, 1–18.
- Oktarini, R. (2020). Pengaruh Harga Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Xiaomi Di Kota Tangerang. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*. <https://doi.org/10.32493/jpkpk.V3i3.5016>
- Patimah, A., Yafiz, M., & Marliyah. (2017). Celebrity Endorser, Brand Image, & Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan. *Al-Muamalat Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*.
- Permana, W. S. (2020). Analisis Pengaruh Terpaan Iklan Televisi Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Big Cola. *Jurnal Ekbis*. <https://doi.org/10.30736/je.V21i1.325>
- Prasetyo, A., & Adriyanto, A. T. (2022). ... Endorsment Towards Purchasing Intention Through Brand Perception As Intervening Variable On Shopee Consumers During The *International Journal Of Economics ...*, 2022(1), 315–323.
- Pratiwiningsih, I. (2018). Pengaruh Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Brand Image (Studi Pada Konsuen Honda Vario Di Cv. Sumber Makmur Abadi). *Unnes*, 1–60.
- Purbohastuti, A. Wahyuni, & Hidayah, A. A. (2020). Meningkatkan Minat Beli Produk Shopee Melalui Celebrity Endorser. *Jurnal Bisnis Terapan*. <https://doi.org/10.24123/jbt.V4i1.2480>
- Putra, F. S. (2019). Pengaruh Fasilitas Kamar Terhadap Kepuasan Tamu Menginap Di Basko Hotel Padang. *Jurnal Pendidikan Dan Keluarga*. <https://doi.org/10.24036/jpk/Vol11-Iss1/560>
- Putra, M. F. E., Wahab, Z., Shihab, M. S., & Widiyanti, M. (2020). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Konsumen Corporate Dalam Menggunakan Tv Berlangganan Mnc Vision Di Kota Palembang. *Amar (Andalas Management Review)*, 4(2), 1–15. <https://doi.org/10.25077/amar.4.2.1-15.2020>
- Putri, F. N., & Darmawan, H. (2019). Pengaruh Brand Awareness, Perceived Value, Dan Brand Image Terhadap Customer Satisfaction. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*. <https://doi.org/10.24912/jmk.V1i4.6563>
- Rahmawati. (2017). *Manajemen Pemasaran*. University Mulawarman.
- Rajasekar, D. (2018). A Study On Purchase Decisions Of Celebrity Endorsement On Advertising Campaign In Influencing Consumer: Impact Analysis. *International Journal Of Supply Chain Management*, 7(1), 230–235.
- Restanti, F. A., Kusumawati, A., & Devita, L. D. R. (2019). Pengaruh Celebrity

Endorser Dan Electronic Word Of Mouth Terhadap Minat Beli Dan Dampaknya Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Pada Konsumen Zoya Fashion Dan Hijab). *Jurnal Administrasi Bisnis (Jab)*.

- Rizki P, S. R., & Samhudi, A. (2019). Analisis Keputusan Pembelian Handphone Vivo (Studi Kasus Konsumen Gadget Mart Pelaihari). *Al-Kalam Jurnal Komunikasi, Bisnis Dan Manajemen*. <https://doi.org/10.31602/Al-Kalam.V6i1.1939>
- 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*. <https://doi.org/10.31842/Journalinobis.V4i4.200>
- Rusmanida, R. (2020). Pengaruh Kesadaran Merek Dan Persepsi Kualitas Terhadap Keputusan Membeli Secara Online Melalui Kepercayaan Merek Pada E-Commerce Shopee Di Kota Banjarmasin. *Jurnal Ilmu Manajemen (Jimmu)*. <https://doi.org/10.33474/Jimmu.V5i1.1586>
- Saputra, C. I., & Rumambi, L. J. (2018). Analisa Sikap Audience Terhadap Product Placement Dan Kepuasan Pembelian (Studi Kasus Product Placement Indosat Mentari Pada Reality Show Xfactor Indonesia. *Jurnal Manajemen Pemasaran*.
- Saputro, G. B., & Siagian, H. (2017). Pengaruh Gaya Kepemimpinan Terhadap Kinerja Karyawan Melalui Variabel Intervening Motivasi Kerja Di Head Office Pt. Marifood. *Agora*, 5(3), 1–8.
- Sartika. (2018). Pengaruh Celebrity Endorser Dan Media Iklan Televisi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pond's Di Kota Makassar. *Skripsi*.
- Sasongko, S. R. (2021). Faktor-Faktor Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan (Jimt)*.
- Sekaran, U. (2014). Metodologi Penelitian Untuk Bisnis. In Edisi 4. Buku 2. Jakarta: Salemba Empat.
- Septiani, I., Udayana, I., & Hatmanti, L. T. (2022). Analisis Pengaruh Celebrity Endorser, Brand Image, Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Ms Glow Melalui Word Of Mouth Sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Disrupsi Bisnis*. <https://doi.org/10.32493/Drb.V5i1.17205>
- Setiagraha, D., Wahab, Z., Shihab, M. S., & Susetyo, D. (2021). Effect Of Word Of Mouth, Price Perception, And Product Quality On Purchase Decision Pempek The Local Culinary Products In Palembang City. *International Journal Of Social Sciences*, 4(1), 52–59. <https://doi.org/10.31295/Ijss.V4n1.1125>
- Sitohang, C. &. (2022). Model Keputusan Pembelian Melalui Kepuasan

- Konsumen Pada Marketplace: Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan. *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(1), 211–224. <https://Dinastirev.Org/Jmpis/Article/View/867>
- Sudarsono, H. (2020). *Manajemen Pemasaran*. In Pustaka Abadi, Jember.
- Sugiyono. (2016). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. In Cv Alfabeta. <https://Doi.Org/https://Doi.Org/10.3929/Ethz-B-000238666>
- Susetiyono, B., & Megayani. (N.D.). The Influence Of Celebrity Endorser On Purchase Decisions On Oppo Smartphone Products Through Word Of Mouth As A Mediation Variables. *Stei Journal Of Economics*, Xx(Xx).
- Tarigan, A. N., & Raja, P. L. (2022). Influence Of Celebrity Endorser And Brand Image On Purchase Decision Of Erigo Products (Study On Erigo Consumers In Medan City). 2(1), 282–298.
- Taungke, G. S., & Sunarti. (2020). Pengaruh Celebrity Endorser Dan Electronic Word Of Mouth Terhadap Minat Beli Dan Dampaknya Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Pada Konsumen Erigo Di Akun Resmi Instagram Erigo). *Jurnal Administrasi Bisnis*.
- Tjiptono, F. (2019). *Strategi Pemasaran Prinsip & Penerapan*. Yogyakarta: Andi.
- Umbola, F., Mawuntu, P., & Potolau, M. (2019). The Influence Of Brand Image And Price Perception On Purchase Decisions. *Jurnal Entrepreneur Dan Entrepreneurship*, 8(2), 16–21. <https://Doi.Org/10.37715/Jee.V8i2.1120>
- Wasil, M. (2017). Pengaruh Brand Awareness Brand Association Dan Percieved Quality The Influence Of Brand Awareness Brand Association And Percieved Quality. *Forum Ekonomi*.
- Yahya, M. (2019). Pengaruh Persepsi Kualitas, Sikap Pada Iklan Tv Dan Brand Image Terhadap Niat Beli Ulang (Studi Pada Konsumen Mie Instan Merek Indomie Di Kota Pontianak). *Equator Journal Of Management And Entrepreneurship (Ejme)*. <https://Doi.Org/10.26418/Ejme.V8i1.35743>
- Yusniar, Hafidhah, & Fitria, N. (2021). Pengaruh Kesadaran Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada Toko Busana Muslim Venka Gallery Banda Aceh). *Jurnal Syntax Fusion*. <https://Doi.Org/10.54543/Fusion.V1i08.49>
- Zahra, R., & Rina, N. (2018). Pengaruh Celebrity Endorser Hamidah Rachmayanti Terhadap Keputusan Pembelian Produk Online Shop Mayoutfit Di Kota Bandung. Lontar: *Jurnal Ilmu Komunikasi*. <https://Doi.Org/10.30656/Lontar.V6i1.648>
- Zhang, X. (2020). The Influences Of Brand Awareness On Consumers' Cognitive Process: An Event-Related Potentials Study. *Frontiers In Neuroscience*.