

DAFTAR PUSTAKA

- Bramantya, Y., & Jatra, I. (2016). Pengaruh Celebrity Endorser Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Yamaha Jupiter Mx Di Kota Denpasar. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 5(3), 255237.
- Fawzani, Z. (n.d.). *Pengaruh perceived value dan perceived quality terhadap proses keputusan pembelian toyota yaris di jakarta*.
- Febrian, S. M. (2018). Keputusan Pembelian Produk Zara (Studi pada konsumen Zara Sun Plaza Medan). *Skripsi*, 94.
- Ismi, A., Kuleh, J., & Wahyuni, S. (2017). *Experiential marketing dan percived quality*.
- 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. <https://doi.org/10.35797/jab.8.1.2019.23499.44-54>
- katrin lina intan, M. (n.d.). Pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian di restoran javana bistro bandung. *Journal Gastronomy Tourism*, 59, 246–254.
- Muhartini, & Bachri. (2014). Pengaruh Celebrity Endorser terhadap Keputusan Pembelian Produk di Indonesia (Penelitian Online). *Jurnal Aplikasi Manajemen*, 12(2), 230–238. <http://repository.unib.ac.id/id/eprint/16168>
- Muktamar, M. K. (2014). Pengaruh Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Wimcycle Agent Series Bicycle. *Universitas Telkom*.
- Njoto dea, sienatra krismi. (2019). *pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian wenak tok*.
- Nuraini, A., Maftukhah, I., & Artikel, I. (2015). Pengaruh Celebrity Endorser dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian melalui Citra Merek pada Kosmetik Wardah di Kota Semarang. *Management Analysis Journal*, 4(2), 171–179.
- Permana, D. I. (2017). Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk

- Lantai Kayu Dan Pintu Pt.Piji Di Jawa Timur. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 5(006), 269393.
- Ramadani, A. G., & Rachmawati, E. (2022). The Influence of Brand Awareness, Brand Association, Brand Image, and Word of Mouth on Samsung Smartphone Purchase Decisions. *JBMP (Jurnal Bisnis, Manajemen Dan Perbankan)*, 8(1), 73–86. <https://doi.org/10.21070/jbmp.v8i1.1610>
- Sanjaya, S. (2015). pengaruh promosi dan merek terhadap keputusan pembelian pada PT.Sinar Sosro Medan. *Jurnal Ilmiah Managemen Dan Bisnis*, 16(02), 108–122.
- Shandy, B. (2018). Pengaruh Celebrity Endorser Dan Wom Terhadap Keputusan Pembelian Motor Yamaha (the Effect of Celebrity Endorser and Wom on Purchase Decision of Yamaha Motor). *Jurnal Digest Marketing*, 3(1), 7–14.
- Sri Wdyanti Hastuti, M. A., & Anasrulloh, M. (2020). Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Pemilihan Tempat Kos Mahasiswa di Tulungagung). *Jurnal Ilmiah Ecobuss*, 8(2), 99–102. <https://doi.org/10.51747/ecobuss.v8i2.622>
- Steven, S., & Fitria Rina Sari, A. F. R. S. (2019). Pengaruh Promosi Dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Produk Aqua. *Jurnal Ekonomi Integra*, 9(1), 053. <https://doi.org/10.51195/iga.v9i1.124>
- Wibowo, N. E. (2017). Pengaruh Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Yellow Truck Cabang Sunda Bandung Tahun 2017). *Proceeding of Applied Science*, 3(2), 230. www.bisnis-jabar.com,2017
- Yunior, K., Chang, C., Williyandi, K. E., Salim, I. L., & Anwar, L. (2021). Effect of Promotion, Price and Product Quality Toward Buying Decision. *Mantik*, 5(1), 109–115. <https://iocscience.org/ejournal/index.php/mantik>
- Yusuf, A., & Sunarsi, D. (2020). The Effect of Promotion and Price on Purchase Decisions. *Almana: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 4(2), 272–279. <https://doi.org/10.36555/almana.v4i2.1410>
- Fatmasari, D. (2018). *Brand loyalty terhadap keputusan pembelian handphone samsung (studi kasus mahasiswa ftik iain purwokerto) jurusan ekonomi syari ' ah fakultas ekonomi dan bisnis islam.*
- Firdaus, F. F. (2015). *Pengaruh kesadaran merek, persepsi kualitas, dan promosi*

periklanan terhadap keputusan pembelian handphone samsung.

Lubis, I. B. H. (2016). *Pengaruh citra merek, media iklan instagram, dan persepsi kualitas terhadap keputusan pembelian produk vans.*

Ramadhan, S. (2017). *Analisis pengaruh ekuitas merek, harga dan iklan terhadap keputusan pembelian mobil toyota astra.*

Setyawan, C. (2018). *Pengaruh brand awareness, perceived quality serta brand association terhadap keputusan pembelian.*

Suprpti, I. (2017). *analisis pengaruh brand awareness , perceived value , organizational association dan perceived quality terhadap keputusan pembelian konsumen.*

Tarmedi, E., & Asri, P. N. (2019). *Pengaruh perceived quality dari brand equity terhadap keputusan pembelian deterjen bukrim.* 35–49.