

DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, W., & Jogianto. (2015). *Partial Least Square (PLS) Alternatif Structural Equation Modelling (SEM) dalam Penelitian Bisnis*. ANDI.
- Amilia, S. (2017). Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Xiaomi di Kota Langsa. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan Unsam*, 6(1), 660–669.
- Anggraeni, M. dan A. (2017). Pengaruh *Celebrity Endorsement* Terhadap *Purchase Intention* Dengan *Brand Image* Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Iklan Produk Perawatan Kecantikan Wardah) *Effect of Celebrity Endorsement on Purchase Intention with Brand Image as Intervening Varia. 1*, 303–312.
- Dharma, K. N. A., & Iskandar, D. (2017). Pengaruh *Celebrity Endorser Jkt48* Terhadap Minat Beli Konsumen *Im3 Play* (Studi Kasus Pada Pengunjung Teater JKT48 Periode 21 Februari 2016) *The Impact Of Celebrity Endorser Jkt48 On Im3 Play Purchase Intention (Case Study on Theatergoers JKT48 The Peri. E-Proceeding of Management*, 4(2), 1304–1311.
- Fitria, E. (2018). Analisis Pengaruh Gaya Hidup, Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Citra Merek Sebagai Variabel Intervening (*Studi Kasus J-Co Suzuya Mall Rantauprapat*) *Eva*. 3(1), 56–71.
- Halim, N. R., & Iskandar, D. A. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Persaingan terhadap Minat Beli. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis*, 4(3), 415–424.
- Imran, & Mardaleni. (2018). Pengaruh Gaya Kepemimpinan Dan Motivasi Kerja Terhadap Kinerja Dosen. *Idaarah: Jurnal Manajemen Pendidikan*, 2(2), 155. <https://doi.org/10.24252/idaarah.v2i2.6533>
- Iwan, & Nainggolan, K. (2017). Pengaruh *Celebrity Endorser*, *Brand Awareness* Dan Harga Produk Terhadap Minat Beli *Mie Sukses* (Studi Empiris Pada Penduduk Kecamatan Pinang-Kota Tangerang). *Jurnal Cakrawala*, 27(2), 150. <http://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/cakrawala/article/view/2476/1758>

- Japarianto, E., & Adelia, S. (2020). *Pengaruh Tampilan Web Dan Harga Terhadap Minat Beli Dengan Kepercayaan Sebagai Intervening Variable Pada E-Commerce Shopee*. 14(1), 35–43. <https://doi.org/10.9744/pemasaran.14.1.35>
- Lubis, D. I. D., & Hidayat, R. (2017). Pengaruh Citra Merek dan Harga terhadap Keputusan Pembelian pada Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Sukma Medan. *Jurnal Ilman*, 5(1), 15–24.
- Magdalena, M., & Sari, N. U. (2019). Pengaruh Citra Merek, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Toyota Avanza. *Pundi*, 03(02), 2556–2278. <https://doi.org/10.31575/jp.v3v2.146>
- Marlina, E. (2018). Pengaruh Celebrity Endorsement Terhadap *Purchase Intention* Melalui *Brand Image* Sebagai Variabel (*Studi Kasus pada Geprek Ayam Benu di Rawamangun Periode 2018*). 16(01), 175–193.
- Meiliana, M. (2015). Pengaruh Faktor Budaya, Sosial, Pribadi, Dan Psikologis Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Nokia Di Kota Padang. *Economica*, <https://doi.org/10.22202/economica.2014.v2.i2.230>
- Mithell, & Berdaus, D. (2018). Pengaruh Lokasi , Fasilitas , Produk , Harga , Dan Gaya World Surabaya. *Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 3(5), 637–646.
- Muham, S. N. (2019). Penggunaan Celebgram (Celebrity Endroser Instagram) dalam Promosi Produk MD Clinic by MD Glowing Skin. *Jurnal Desain*, 6(03), 207. <https://doi.org/10.30998/jd.v6i3.3430>
- Nandia Anggraini, F. A. (2017). Pengaruh Negara Asal, Citra Merek Dan Persepsi Kualitas Terhadap Minat Beli Sepeda Motor Yamaha Vixion Di Kota Yogyakarta. *Jurnal Fokus*, 7(September), 144–155.
- Nurhayati, S. (2017). Pengaruh citra merek, harga dan promosi terhadap keputusan pembelian handphone samsung di yogyakarta. *JBMA – Vol. IV, No. 2, September 2017 ISSN : 2252-5483, IV(2)*, 60–69.
- Oktaviasari, Hadi Suharno, U. K. (2020). Kepercayaan Merek Terhadap Loyalitas Merek Pada Rumah Makan Waroeng Spesial Sambal “ Waroeng Ss ” Cabang Pasar Lama Kota Tangerang. 40–49.
- PG Jananuraga, N. L. (2020). *Iklan, Citra Merek, Kualitas Pelayanan Terhadap*

- Kepuasan Konsumen dan Keputusan Pembelian Putu Galih Jananuraga (1) Ni Putu Nina Eka Lestari (2)*. 17(1), 133–149.
- PJA Sutarso, A. S. (2019). Analisis Pengaruh Citra Merek Dan Kepercayaan Merek Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Marketplace Di Indonesia Analysis. 6(2), 2061–2068.
- Powa, G. A., & Wenas, R. S. (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Word of Mouth Terhadap Minat Beli Konsumen Handphone Pada Mahasiswa Feb Unsrat. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 6(3), 1188–1197. <https://doi.org/10.35794/emba.v6i3.20082>
- Reni Febriani, M. A. K. (2020). Analisis Pengaruh Celebrity Endorser / Brand Ambassador , Harga Dan Desain Produk Yang Dimediasi Oleh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Di. 3(1).
- 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. *Administrasibisnis.Studentjournal.Ub ...*, 68(1), 28–37. <http://administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id/index.php/jab/article/view/2796>
- Riana Fatmaningrum, S., Fadhilah, M., Ekonomi, F., & Sarjanawiyata Tamansiswa, U. (2020). Pengaruh Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Frestea. <https://doi.org/10.31575/jp.v3i3.178>
- Rinaldi, M. (2020). Pengaruh Kualitas Produk , Harga , Dan Word Of Mouth Terhadap Customer Satisfiction Pada Produk Wallpaper Mahasiswa STIE Eka Prasetya , Medan , Indonesia. 6(1), 41–51.
- Rosa Indah, D., Afalia, I., & Maulida, Z. (2020). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk Hand and Body Lotion Vaseline (Studi Kasus pada Mahasiswa Universitas Samudra). *Jurnal Samudra Ekonomi Dan Bisnis*, 11(1), 83–94.
- Rosdiana, E. (2020). Pengaruh harga, keanekaragaman produk, dan minat beli terhadap keputusan pembelian pada toko online shopee. 13–23.
- Roshan, P. A. A., & Sudiksa, I. B. (2019). Peran Brand Image Memediasi Pengaruh

- Celebrity Endorser Terhadap Purchase Intention. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 8(8), 5164.
- Sakti. (2018). *Analisis Celebrity Endorser Dan Brand Awareness Pada Minat Beli Konsumen Jogja Scrummy*. 11–33. [http://eprints.mercubuana-yogya.ac.id/2082/2/BAB II.pdf](http://eprints.mercubuana-yogya.ac.id/2082/2/BAB%20II.pdf)
- Sari, I. N., & Manurung, H. P. (2020). Pengaruh *Celebrity Endorser* , *Brand Image* , Dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Asahan (*Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Asahan*).
- Satria, D. A., & Sidharta, H. (2017). Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Porkball. *Jurnal Manajemen Dan Start-up Bisnis*, 2(3), 398–408.
- Septanto, A. F. (2017). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merk, Persepsi Harga Terhadap Emotional Response Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening (*Studi Komparatif Terhadap Produk Adidas dan Nike*). 05(April), 216–223.
- Siti Sarah, A. rachman. (2019). Pengaruh Fashion Lifestyle, Design, Dan Selebrity Endorser Terhadap Purchase Intention (*Studi Pada UMKM Cibaduyut, Bandung*). 18(3), 2.
- Sriyanto, A. (2017). Analisis Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Kepuasan Layanan Akademik Mahasiswa Prodi Diploma I Kepabeanaan Dan Cukai. *Jurnal Perspektif Bea Dan Cukai*, 1(1), 26–38. <https://doi.org/10.31092/jpbc.v1i1.124>
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Susanti, F., & Zakaria, Z. (2019). Pengaruh Lokasi Toko Dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Ayam Gepuk Pak Gembus. 03(02), 151–160. <https://doi.org/10.31575/jp.v3v2.153>
- Taufiq Rohman. (2019). Pengaruh Promosi, Harga, Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Citra Merek Produk Rabbani Di Palembang. *Psikologi Perkembangan*, <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- Tjiptono, F. (2019). *Strategi Pemasaran (prinsip & penerapan)*.
- Wenas, R. S. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Loyalitas

Pelanggan Pengguna Aplikasi Gojek (Studi Pada Pengguna Layanan Go-Ride Di Kota Manado). *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 6(4), 2778–2787.

Widiyastuti, M., & Pamudji, S. (2009). Pengaruh Kompetensi, Independensi, dan Profesionalisme Terhadap Kemampuan Auditor Dalam Mendeteksi Kecurangan (Fraud). *Universitas Diponegoro Semarang*, 5(2), 52–73. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>

Widyaningrum, P. W. (2016). Pengaruh label halal dan celebrity endorser terhadap keputusan pembelian (survei pada konsumen Wardah Ponorogo). *Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia, Volume VI(2)*, Hal 83-98.

Widyaningrum, P. W. (2019). Pengaruh Label Halal, Kesadaran Halal, Iklan, dan Celebrity Endorser terhadap Minat Pembelian kosmetik melalui variabel Persepsi sebagai Mediasi (Studi Pada Civitas Akademika Universitas Muhammadiyah Ponorogo). *Capital: Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 2(2), 74. <https://doi.org/10.25273/capital.v2i2.3984>

Wijaya, F. A., & Sugiharto, S. (2015). Pengaruh Celebrity Endorsement terhadap Purchase Intention Dengan brand Image Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Iklan Produk Perawatan Kecantikan Pond'S). *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 9(1), 16–22. <https://doi.org/10.9744/pemasaran.9.1.16-22>