

## DAFTAR PUSTAKA

- Andrianto, N. F., Sutrasmawati, E., Manajemen, J., Ekonomi, F., Semarang, U. N., & Artikel, I. (2016). Pengaruh Celebrity Endorser dan Brand Image pada Proses Keputusan Pembelian. *Management Analysis Journal*, 5(2), 104– 109.
- Aqmarina, S., Kumadji, S., & Kusumawati, A. (2016). Pengaruh Celebrity Endorser Terhadap Citra Merek Serta Dampaknya Pada Keputusan Pembelian (Survei pada Mahasiswi Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Angkatan 2013 dan 2014 Konsumen Produk Kosmetik Wardah). *Jurnal Administrasi Bisnis S1 Universitas Brawijaya*, 39(2), 1– 10.
- 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), 255-237.
- Darmansyah, Salim, M., & Bachri, S. (2014). Pengaruh Celebrity Endorser terhadap Keputusan Pembelian Produk di Indonesia (Penelitian Online). *Jurnal Aplikasi Manajemen*, 12(2), 230– 238.
- Febriyanti, R. S., & Wahyuati, A. (2016). Pengaruh Celebrity Endorser Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 5(5), 1– 18.
- Fildzah, N. A., & Sari, D. (2017). Pengaruh Celebrity Endorser Dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sweater Online Shop Alco Di Media Sosial Instagram. *Bisnis & Entrepreneurship*, 11(2), 99– 112.
- Hadiallah, S. (2018). Pengaruh Celebrity Endorser dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Mustika Ratu. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen*. 6(1), 1– 8.
- Hansudoh, S. A. (2012). Pengaruh Celebrity Endorsement Terhadap Purchase Intention Melalui Perceived Value Pada Produk Top Coffe di Surabaya. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen*, 1(5), 1– 7.
- Jatmiko, M. R. (2013). Pengaruh Kredibilitas Celebrity Endorser Terhadap Minat Beli Konsumen. *Jurnal Ilmu Manajemen Dan Akuntansi Terapan (JIMAT)*, 4(1), 90– 98.
- Kotler, P. (2018). *Manajemen Pemasaran, Jilid 1*. Jakarta: Indeks.
- Limakrisna, N. (2017). *Manajemen Pemasaran Teori dan Aplikasi Dalam Bisnis*. Jakarta: Mitra Wacana Media.

- Munawar, A., & Bintang Sahala Marpaung. (2008). Pengaruh Biaya Saluran Distribusi Terhadap Tingkat Volume Penjualan Pada PT . Winner Garments. *Jurnal Ilmiah Kesatuan*, 1(10), 13– 19.
- Nurani, E. S., & Haryanto, J. O. (2010). Celebrity endorser , brand association , brand personality. *Universitas Kristen Satya Wacana*, 2(2), 104– 125.
- Oktafiani, R., & Silaningsih, E. (2015). Pengaruh Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Perdana XI Di Kota Bogor. *Jurnal Visionida*, 1(2), 45– 58. Retrieved from
- Purwanto, U. Y., & Suharyono. (2018). Pengaruh Celebrity Endorser Terhadap Citra Merek dan Dampaknya Pada Keputusan Pembelian (Survei kepada Konsumen Malang Strudel di Outlet Singosari, Kab. Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 56(1), 1– 5.
- Sadalia, I., & Saragih, N. S. S. (2008). Pengaruh Proitability dan Investment Opportunity Set terhadap Dividen Tunai pada Perusahaan Terbuka di Bursa Efek Indonesia. *Manajemen Bisnis*, 1(3), 103– 108.
- Sari, D. P., & Djatikusuma, E. S. (2013). Pengaruh Celebrity Endorser Ayu Ting Ting Brand Image Produk Mie Sarimi. *E-Jurnal Manajemen STIE MDP*, 1– 9.
- Tjiptono, F. (2016). *Pemasaran Esensi dan Aplikasi*. Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- Triya, I. K., Putra, D., & Sulistyawati, E. (2015). Peran Brand Image Dalam Memediasi Pengaruh Celebrity Endorser Terhadap Niat Beli Sebuah Produk Maupun Jasa. *Junal Administrasi Vol. 4*(6), 1722– 1734.
- Umar, H. (2011). *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis (kedua)*. Jakarta: (PT. Raja Grafindo Persada.
- Unud, E. M. (2016). Pengaruh Celebrity Endorser , Brand Image Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pembersih Wajah Men ' S Biore. *Jurnal Ekonomi*, 5(7), 4016– 4043.
- Wulandari, N., & Nurcahya, I. (2015). Pengaruh Celebrity Endorser, Brand Image, Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Clear Shampoo Di Kota Denpasar. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 4(11), 244169.