

## DAFTAR PUSTAKA

- Amron, A. (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk City Car. *Arsip Riset Bisnis*, 6 (4), 1-8.
- Anas, A. A., & Sudarwanto, T. (2020). Pengaruh Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian Di Eiger Store Royal Plaza Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 8(3).
- Anugrahani, F., & Nurseto, S. (2017). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus Pada Larissa Aesthetic Center Cabang Salatiga). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 6(3), 504-511.
- Arini, D. Pengaruh Celebrity Endorser, Kreativitas Iklan dan E-Service Quality terhadap Minat Beli di Situs Belanja Online Tokopedia.
- Bramantya, Y. B., & Jatra, I. M. (2016). Pengaruh Celebrity Endorser Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Yamaha Jupiter Mx Di Kota Denpasar. *E-Jurnal Manajemen*, 5(3).
- Buchari Alma (2018). Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. Bandung: Aftabeta.
- Chumairah, S., Hamid, F. Z., & Wijiyanty, M. (2018). Pengaruh Celebrity Endorser Media Sosial (Instagram) dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Sate Taichan “Goreng”(Studi Pada Konsumen Sate Taichan “Goreng” Cabang Tebet). *Epigram*, 15(1).
- Dewi, R. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek Dan Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Melalui Minat Beli Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Administrasi Bisnis Fisipol Unmul*, 7(4), 409-423.
- Doni., M. (2017). Keputusan Pembelian Berdasarkan Faktor Psikologis dan Bauran Pemasaran PT. Intercom Mobilindo Padang. *Akademik Keuangan dan Perbankan Padang*. 1(1), 57-66.
- Fatmawati, N. (2017). Kualitas produk, citra merek dan persepsi harga terhadap proses keputusan pembelian konsumen sepeda motor matic “Honda”. *Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomika dan bisnis*. 10(1), 1-20.
- Fitaloka, S. M., Ekasari, R., & Arif, D. (2020). Pengaruh Celebrity Endorses, Persepsi Harga, Promosi, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Jilbab. *iqtishadEQUITY jurnal MANAJEMEN*, 1(1).

- Fitaloka., Ekasari. R (2019). Pengaruh Celebrity Endorse, persepsi harga, Promosi, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pemelian Jilbab. Fakultas Ekonomi Prodi Manajemen. *I(1)*, 1-7.
- Fitria, A., & Hidayat, I. (2017). Pengaruh Bauran Pemasaran, Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Kupunya Rumah Mode. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)*, 6(4).
- Ghozali, Imam, “Aplikai Analisis Multivarite dengan SPSS” Edisi Keempat, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang, 2013.
- Gunawan Adisaputro. 2010. Manajemen Peemasaran. Yogyakarta: Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN.
- Hakimi, B. Y., Abedniya, A., & Zaeim, M. N. (2011). Investigate the impact of celebrity endorsement on brand images. *European Journal of Scientific Research*, 58(1), 116-132.
- Kotler & Keller. (2011). Manajemen Pemasaran. Jilid Kedua. Jakarta: Bumi Aksara.
- Kotler dan Armstrong. (2012). Manajemen Pemasaran Edisi 13 Jilid 2. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, K. (2007). Manajemen Pemasaran, Edisi dua belas, Jilid 1, Penerbit PT. Indeks. Kelompok Gramedia, Jakarta.
- Kotler, P. & Kevin L. Keller. 2008, Manajemen Pemasaran, Edisi 13, Jilid 1, Penerbit Erlangga, PT Gelora Aksara Pratama.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2008. Prinsip-prinsip Pemasaran, jilid 1. Jakarta : Erlangga.
- Kuncoro, M. (2009). *Metode Riset Untuk Bisnis dan Ekonomi: Bagaimana Meneliti dan Menulis Tesis*. Jakarta: Erlangga.
- Kuncoro, Mudrajad. 2013. *Metode Riset Untuk Bisnis Dan Ekonomi*. Edisi 4. Badan Penerbit Erlangga. Jakarta.
- Kusuma Wardani, N. O. V. I. A. (2020). Pengaruh Celebrity Endorser Tasya Farsya Terhadap Keputusan Pembelian Makeup. *Commercium*, 2(2).
- Lk, A. M. K., Arimbawa, I. G., & Damayanti, E. (2019, November). Pengaruh Celebrity Endorser, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan

Pembelian Dan Kepuasan Nasabah Terhadap Smartphone Merk Vivo Di Surabaya. Dalam *Journal of World Conference (JWC)* (Vol. 1, No. 2, hlm. 252-256).

Lubis, D. I. D., & Hidayat, R. (2019). Pengaruh Citra Merek dan Harga terhadap Keputusan Pembelian pada Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Sukma Medan. *Jurnal Ilman: Jurnal Ilmu Manajemen*, 5(1).

Mayvita, P. A., Zainul, M., & Sidik, A. (2015). Analisis Strategi Pemasaran Pada Toko Stationery Express Banjarmasin. *AL-ULUM: Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora*, 1(1).

Novianti, T. A. (2020). Pengaruh Celebrity Endorser Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Pixy. *PRAGMATIS*, 1(1), 43-50.

Noya, S. B., Mananeke, L., & Raintung, M. C. (2020). Pengaruh Komunikasi Mulut Ke Mulut, Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Baru Minuman Tea Break Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 8(2).

Oktaviani, L., & Sutopo, S. (2014). *Analisis Pengaruh Brand Image (Citra Merek), Kualitas Produk, dan Harga Terhadap Minat Beli Produk Mie Instan Supermi (Studi Kasus Pada Konsumen Mie Instan Supermie Di Kota Semarang)* (Doctoral dissertation, Fakultas Ekonomika dan Bisnis).

Paramita, R. W. D., & Rizal, N. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif Buku Ajar Perkuliahan Metodologi Penelitian Bagi Mahasiswa Edisi 2*. Bantul : AZYAN MITRA MEDIA

Pradana, M., & Reventiary, A. (2016). Pengaruh atribut produk terhadap keputusan pembelian sepatu merek Customade (studi di merek dagang Customade Indonesia). *Jurnal Manajemen*, 6(1).

Sangadji, Etta Mamang dan Sopiah. 2013. *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: CV ANDI OFFSET.

Satria, A. A. (2017). Pengaruh harga, promosi, dan kualitas produk terhadap minat beli konsumen pada perusahaan A-36. *Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 2(1), 45-53.

Septiani, Y., & Oentoeng, I. F. (2020). Pengaruh Celebrity Endorsement Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Baju Bayi Di Instagram@preloved1402. *Jurnal Kewirausahaan, Akuntansi dan Manajemen TRI BISNIS*, 2(2), 160-179.

- Siti., L., N.(2020). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Kepercayaan, Kemudahan, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada *E-Commerce* Shoope. 7(1), 43-53.
- Stephanie, E. (2013). Analisa Pengaruh Rio Dewanto Dan Donita Sebagai Celebrity Endorser Terhadap Minat Beli Produk Axe Anarchy Dengan Daya Tarik Iklan Dan Efek Iklan Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Strategi Pemasaran*, 1(2), 1-9.
- Sugiyono. (2015). Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif R&D. Alfabeta.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Kombinasi (Mixed Methods)*. In *Cetakan ke Tujuh*. CV. Alfabeta.
- Sunyoto, D. (2011). Analisis regresi dan uji hipotesis. *Yogyakarta: Caps*.
- Umar, H. (2011). *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. Raja Grafindo Persada.
- Zaenuri, A. (2020). Pengaruh Celebrity Endorser Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Luwak White Koffie. *Kinerja*, 2(02), 77-92.

