

DAFTAR PUSTAKA

- Ajzen, F. (1988). *Sikap, Kepribadian, dan Perilaku*. Chicago: Dorsey.
- Akbar, M. F. (2019). *The Influence of Product Quality and Price Purchasing Decision at Mitraindo South Tagerang Online Shop* Versi elektronik, *Jurnal Administrasi*, 06 (02). Diperoleh pada 28 Maret 2022, dari <https://ojs.unm.ac.id/administrare/article/view/13557>.
- Arianty, N., Haniah, J., Perys, L. K. N., & Irma, C. (2017). *Manajemen Pemasaran*. Medan : Perdana Publishing.
- Bastian, A,M Sugito, Wau, K. H., & Nastiti, W. (2019). *The Influence of Advertising Stars,Brand Image and Brand Awarenessonthe Intention to buy Honda Vario Motorcycles in Pasuruan*. Versi elektronik, *Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen*, 09 (01). Diperoleh pada 12 Maret 2022, dari <https://ejournal.unitomo.ac.id/index.php/feb/article/view/1467>.
- Dewi, S. N. & Haryanto, A.T. (2021). Peran Tampilan Produk, Keamanan dan Kemudahan Pada Keputusan Bertransaksi Menggunakan Jasa Pengirim *Shopee*. Versi elektronik, *Jurnal Bisnis Terapan*, 05 (01), 101-114 Diperoleh pada 11 April 2022, dari <https://journal.ubaya.ac.id/index.php/JIBT/article/view/2841>.
- Dirnaeni, D. (2021). Pengaruh Kesan Kualitas, Citra Merek dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sabun Batang Anti Bakteri Dettol Di Kota Bekasi. Versi elektronik, *UG Jurnal*, 15 (01). Diperoleh pada 21 April 2022, dari <https://garuda.kemdikbud.go.id/documents/detail/1991305>.
- Erdawati. (2020). Pengaruh Gaya Hidup, Iklan dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian *Online* Melalui *Shopee*. Versi elektronik, *Junal Apresiasi Ekonomi*. 08, (03), 365-371. Diperoleh pada 11 April 2022, dari <https://stiepasaman.ojsapresiasiekonomi/index.php/apresiasieknomi/article/view/331>.
- Ferdinand, A. T. (2014). *Metode Penelitian Manajemen*. Semarang : BP Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23* (Edisi 8). Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Kotler, P & Amstrong, G. (2012). *Dasar-Dasar Pemasaran Jilid I*. Jakarta:

Prenhalindo.

- Kotler, P & Amstrong, G. (2012). *Prinsip – Prinsip Pemasaran*, Edisi ke 12. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P. & Keller, K. L. (2012). *Manajemen Pemasaran Jilid 1 Edisi 12*. Jakarta : Erlangga.
- Kotler, P. & Keller, K. L. (2013). *Manajemen Pemasaran Jilid I Edisi 13*. Jakarta : Erlangga.
- Kotler, P. & Keller, K. L. (2014.) *Manajemen Pemasaran*. Jilid I. Edisi Ke 13. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P. & Keller, K. L. (2015). *Manajemen Pemasaran Jilid 2 Edisi 13*. Jakarta : Erlangga.
- Kotler, P. & Keller, K. L. (2017). *Manajemen Pemasaran Edisi 1*. Jakarta : Erlangga.
- Kuncoro, M. (2013). “*Metode Riset untuk Bisnis dan Ekonomi*” Edisi 4. Jakarta : Erlangga.
- Lasaib, I. N. & Yulianti, E. (2019). Pengaruh Citra Merek, Iklan, Kualitas yang Dirasa Terhadap Keputusan Pembelian SIM card Telkomsel di Surabaya. Versi elektronik, *Journal of Business and Banking*, 09 (01), 160-177. Diperoleh pada 21 April 2022, dari <http://eprints.perbanas.ac.id/2424/>.
- Magdalena, M. & Sari, N. S. (2020). Pengaruh Citra Merek, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Honda Brio di Kota Padang. Versi elektronik, *Jurnal Pundi*, 03 (02). Diperoleh pada 08 Mei 2022, dari <https://login.akbrpstie.ac.id/index.php/jurnal-pundi/article/view/146>.
- Mongkaren, S. (2013). Fasilitas Dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Pengguna Jasa Rumah Sakit Advent Manado. Versi elektronik, *Jurnal EMBA*, 01 (14). Diperoleh pada 23 Maret 2022, dari <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/vie/2723>.
- Nugroho, B. A. (2012). *Strategi Jitu Memilih Metode Statistik Penelitian dengan SPSS*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Pramono, A., Achyar, E., & Leny, M. (2020). Pengaruh Harga, Ulasan dan Tampilan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online. Versi elektronik, *Jurnal Manager*, 03 (03). Diperoleh pada 21 April 2022, dari

<http://ejournal.uika-bogor.ac.id/index.php/Manager/article/view/3909>.

- Priansa, D. J. (2017). *Komunikasi Pemasaran Terpadu Pada Era Media Sosial*. Bandung : .CV. Pustaka Setia.
- Purnomo, A. R. (2019). *Analisis Statistik Ekonomi dan Bisnis dengan SPSS*. Yogyakarta : Fadilatama.
- Ramadhani, I. & Nadya, P. S. (2020). Pengaruh *Celebrity Endorser* dan *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian Fesyen Muslim Hijup. Versi elektronik, *Jurnal Ekonomi Manajemen dan Akutansi*. 03 (03). Diperoleh pada 21 April 2022, dari <http://jurnal.umj.ac.id/index.php./KNEMA/article/view/908>.
- Ramli, S. (2013). *Bacaan Wajib Para Praktisi Pengadaan Barang/Jasa Pemerintah*, Jakarta : Visi media.
- Riduwan & Engkos, A. C. (2018). *Cara Menggunakan dan Memakai Path Analysis (Analisis Jalur)*. Bandung : Alfabeta.
- Pramita, R. W.D., Rizal, N., & Sulistyan, R. B. (2021) *Metode Penelitian Kuantitatif*. Lumajang: Widya Gama Press.
- Resmi, T. & Wismiarsi, T. (2015). Pengaruh Kemasan dan Harga Pada Keputusan Pembelian Minuman Isonik. Versi elektronik, *Jurnal Manajemen dan Bisnis Sriwijaya*. 13 (01), 01-20. Diperoleh pada 11 April 2022, dari <http://ejournal.unsri.ac.id/index.php.jmbs/article/view/3335>.
- Sabdosi, Z. (2013). “Pengaruh Variabel *Celebrity Endorser* Terhadap Citra Merek L’oreal (Studi Produk L’oreal Paris Total Repair di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya)”. Versi elektronik, *Jurnal Ilmiah Mahasiswa*. 01 (02). Diperoleh pada 11 April 2022, dari <https://jimfeb.ub.ac.id/index.php/jimfeb/article/vie/425>.
- Saladin, D. (2012). *Manajemen Pemasaran Analisis, Perencanaan, Pelaksanaan dan Pengendalian*. (Ketiga.). Bandung : CV. Linda Karya.
- Saladin, D. (2016). *Manajemen Pemasaran Analisis, Perencanaan, Pelaksanaan dan Pengendalian*. Bandung: CV. Linda Karya.
- Sarmanu. (2018). *Dasar Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Statistika*. Surabaya: : Airlangga University Press.
- Setiadi, N. J. (2012). *Perilaku Konsumen Edisi Revisi*. Jakarta : Kencana Prenada

Media Group.

- Setiawan, M. & Lumbantobing, R. (2017). Pengaruh Promosi dan Kemasan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Chitato yang di Mediasi oleh Brand Awareness. Versi elektronik, *Jurnal Manajemen Bisnis Kompetensi*. Diperoleh pada 11 Maret 2022, dari <http://ejournal.ukrida.ac.id/ojs/index.php/MB/article/view/1361>.
- Shimp, T. A. (2014). *Komunikasi Pemasaran Terpadu dalam Periklanan dan Promosi*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sintani, L. (2016). *Pengaruh Penggunaan Celebrity Endors Isyana Saravati Dalam Iklan "Isyana VS Gangster Terhadap Brand Awareness Masyarakat Surabaya*. Versi elektronik, *Jurnal E-Komunikasi*, 04 (01). Diperoleh pada 11 April 2022, dari <http://publication.petra.ac.id/index.php/ilmu-komunikasi/article/view/488>.
- 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. Versi elektronik, *Jurnal Strategi Pemasaran*, 01 (02), 01-09. Diperoleh pada 11 April 2022, dari <http://publication.petra.ac.id/index.php/manajemen-pemasaran/article/view/1044>.
- Sugiyono, (2012). *Memahami Penerlitian Kualitatif*. Bandung : Alfabeta.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung : Alfabeta.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian dan Pengembangan (Reserch and Development/RD&)*. Bandung : Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung : PT Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta.
- Sugiyono.(2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta.

- Suhandi.(2020). Pengaruh Iklan dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Produk Lipstik Merek Wardah. Versi elektronik, *Jurnal Manajemen*. 06 (02), 75-79. Diperoleh pada 21 April 2022, dari <http://journal.stiem.ac.id/index.php/jurman/article/view/605>.
- Sukandarrumidi. (2012). *Metodologi Penelitian Petunjuk Praktis Untuk Penelitian Pemula*. Yogyakarta : Gadjah Mada University Press.
- Sunyoto, D. (2013). *Metodologi Penelitian Akuntansi*. Bandung : Refika.
- Suprihartini, S. & Kurniawan, R. (2019). *Pengaruh Kualitas Produk, Lokasi, Cita Rasa dan Harga Terhadap Kepuasan Otak-otak Khas Moro*. 1–15.
- Supriyadi, Edy. (2014). *SPSS +Amos*. Jakarta: In Media.
- Suryabrata, S. (2014). *Metodologi Penelitian*. Jakarta : Rajagrafindo Persada.
- Tjiptono, F. (2014). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta : Andi.
- Umar, H. (2013). *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis*. Jakarta: Rajawali.
- Widarjono, A. (2015) *Statistika Terapan Edisi Pertama*. Yogyakarta : UPP.
- www.blibli.com, dikases 25 April 2022
- www.topbrand-award.com, diakses 24 Februari 2022