

DAFTAR PUSTAKA

- Agustianti, A. P. (2019). Pengaruh Diskon Dan Impulse Buying Terhadap Keputusan Pembelian Online Shop Shopee (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara). *Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara*, 2(April), 88–97.
- Algiffary, M. A., Wahab, Z., Shihab, M. S., & Widiyanti, M. (2020). Pengaruh Celebrity Endorser, Online Advertising dan Word of Mouth terhadap Minat Beli Konsumen pada E-Commerce Tokopedia. *AMAR (Andalas Management Review)*, 4(2), 16–31.
- Andi, S., Hafis, P. Al, & Hendri. (2020). The Effect of Celebrity Endorser, Product Quality, and Product Design on Pelita Indonesia Students' Buying Interest of Asus Smarthpone. *Ilmiah Manajemen*, 8(1), 14.
- Andriani, J. (2022). *Kewirausahaan Untuk Mahasiswa dan UMKM*. CV. Indramayu: Adanu Abimata.
- Ariyono, K. Y. (2017). *Label Halal Dan Harga Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Mie Sedap*. 1–23.
- Arman. (2022). *Introduksi Manajemen Pemasaran*. Sumatra Selatan: Ld Media.
- Basuki, R. A. (2021). Pengaruh Celebrity Endorser Dan Word Of Mouth Terhadap Minat Beli Ulang Melalui Brand Trust Pada Produk Kosmetik Focallure Sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 1(2), 527–536.
- Budyanto Firman, Dede R Oktini, S. A. E. M. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Dan Potongan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 10(1), 1201–1206.
- Candra, V. (2021). *Pengantar Metode Penelitian*. Yayasan Kita Menulis.
- Chandra, T. (2023). *Statistika Deskriptif*. CV. Malang: Literasi Nusantara Abadi.
- Curatman, A. (2020). *Program Loyalitas Pelanggan*. Sleman: CV. Budi Utama.
- Darmajaya. (2017). Faktor Yang Mempengaruhi Kecocokan Endorse Keputusan Pembelian. *Skripsi*.
- Darmawan, N. D., Jariah, A., & ... (2021). Pengaruh Relationship Marketing, Harga dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Toko Icon Technology Computer Di Kabupaten Lumajang. *Jobman: Journal of ...*, 95–104. <https://jkm.itbwigalumajang.ac.id/index.php/jrm/article/view/566>
- Dewi, M. S. (2021). *Pengaruh Celebrity Endorser Melalui Citra Merek Untuk*

Meningkatkan Minat Beli Ulang Produk Halal (Studi Kasus Pada Pelanggan Kosmetik Nameera). Universitas Islam Sultan Agung.

Eliza, & Mulya, J. (2021). Pengaruh Celebrity Endorser dan Daya Tarik Iklan terhadap Minat Beli Ulang Shampo Pantene (Studi Kasus Kecamatan Padang Panjang Barat). *Jurnal Sosial Dan Ilmu Ekonomi*, 6(2), 80–88.

Ferdinand, A. (2014). *Metode Penelitian Manajemen*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Ghristian, I. D. (2016). Pengaruh harga diskon, kualitas produk, citra merek, dan iklan terhadap minat beli celana jeans Levi's di Surabaya. *Journal of Business & Banking*, 5(2), 319.

Irdiana, S., & Iristian, J. (2019). Minat Memesan Kembali Transportasi Online. *Wiga: Jurnal Penelitian Ilmu Ekonomi*, 9(2), 110–118. <https://doi.org/10.30741/wiga.v9i2.448>

Irdiana, S., & Noor Khairullah², M. (2019). Menciptakan Kepuasan Konsumen Dengan Pengalaman Membeli Produk. *Jurnal Ilmu Manajemen Advantage*, 3(2), 86–91. <https://doi.org/10.30741/adv.v3i2.484>

Iriani, N. (2022). *Metodologi Penelitian*. Rizmedia Pustaka Indonesia.

Jatinegara, K. (2022). *Pemasaran Era Kini: Pendekatan Berbasis Digital*. Bandung: Media Sains Indonesia.

Juju, U. (2023). *Pengantar Manajemen Pemasaran*. Surabaya: Cipta Media Nusantara.

Junjuran, M. I. (2021). *Pengolahan Data Statistik dengan Menggunakan EViews dalam Penelitian Bisnis*. Kubung: Insan Cendekia Mandiri.

Kulsum, K. H. (2020). Pengaruh Citra Merek Dan Potongan Harga Terhadap Minat Beli Pelanggan McDonal's Grandwisata Tambun. *Kaos GL Dergisi*, 8(75), 147–154.

Kurniawan, A. (2014). *Metode Riset untuk Ekonomi & Bisnis*. Bandung: Alfabeta.

Kurniawan, A. (2014). *Metode Riset untuk Ekonomi dan Bisnis Teori, Konsep, dan Praktik Penelitian Bisnis (Dilengkapi Perhitungan Pengelolaan Data dengan IBM SPSS 22.0)*. Bandung: Alfabeta.

- Kurniawan, H. (2021). *Pengantar Praktis Penyusunan Instrumen Penelitian*. Yogyakarta: Deepublish.
- Kusumawati, N. (2019). Pengaruh Prilaku Konsumen Terhadap Keputusan Membeli Tempe (Studi Kasus Konsumen di Pasar Merapi Lampung Tengah). In *Progress in Retinal and Eye Research* (Vol. 561, Issue 3).
- Mahyarni, M. (2013). Theory Of Reasoned Action Dan Theory Of Planned Behavior. *Jurnal EL-RIYASAH*, 4(1), 13.
- Makhamidi, M. U. (2021). *Pengaruh Celebrity Endorser Gaya Hidup Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Minyak Rambut Gatsby Pada Kalangan Pria Di Lumajang*. 6.
- Marsella, D. D. (2020). Pengaruh Keragaman Produk, Kualitas Pelayanan dan Suasana Toko terhadap Keputusan Pembelian di Butik Nabila Lumajang. In *Jobman: Journal of Organization and Business Management* (Vol. 2, Issue 4).
- Mawaddah, J. (2022). *Peluang Pasar: Produk Frozen Food*. UKMINDONESIA.ID. <https://www.ukmindonesia.id>
- Musfar, T. F. (2020). *Buku Ajar Manajemen Pemasaran : Bauran Pemasaran sebagai Materi Pokok dalam Manajemen Pemasaran*. CV. Media Sains Indonesia.
- Nadirah. (2022). *Metodologi Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, Mix Method*. Pasaman Barat: CV. Azka Pustaka.
- Nasir, M. (2016). Pengaruh E-Service Quality Dan Diskon Terhadap Minat Beli Pada Situs Online Di Website Zalora.Co.Id Di Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 1(1), 15–18.
- Natasya, S. (2020). *Peran brand image memediasi pengaruh kepuasan konsumen terhadap minat beli ulang (repurchase intention) di kfc setiabudi-srondol kota semarang*. 41.
- Novitasari, N. (2021). Pengaruh Social Media Marketing, Celebrity Endorser, Harga, dan Brand Image Terhadap Minat Beli Produk Fashion. (Studi Empiris Pada Brand Fashion Erigo). *E – Jurnal Riset Manajemen*, 4(2), 22–32.
- Nurdin, I. (2019). *Metodologi Penelitian Sosial*. Surabaya: Media Sahabat Cendekia.
- Paradis, W. S., Hidayat, Z., & Fauziah, A. (2020). Pengaruh Celebrity Endorse,

- Kualitas Produk Dan Citra Merk Terhadap Keputusan Pembelian Indomie (Studi Kasus Pada Mahasiswa Stie Widya Gama Lumajang). *Jobman: Journal of Organization and Bussines Management*, 2(4), 171–266.
- Pratama, A. P., & Yoedtadi, M. G. (2021). Pengaruh Diskon 9.9 Super Shopping Day Shopee terhadap Minat Beli Pengguna Aplikasi Shopee. *Prologia*, 5(1), 204.
- Pratiwi, I., Moeliono, N., S1, P., Bisnis, A., Komunikasi, F., Bisnis, D., & Telkom, U. (2015). Pengaruh Celebrity Endorser Maudy Ayunda Terhadap Minat Beli Produk Teh Javana (Studi Pada Masyarakat Di Kota Bandung). *E-Proceeding of Management*, 2(3), 3576–3585.
- Pratiwiningsih, I. (2018). Pengaruh Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Brand Image (Studi pada Konsuen Honda Vario di CV. Sumber Makmur Abadi). *Unnes*, 1–60.
- Purnomo, R. A. (2017). *Analisis Statistik Ekonomi dan Bisnis Dengan SPSS*. Ponorogo: CV. Wade Group.
- Putri, R. C. (2019). *Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk POND'S (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Lumajang)*.
- Qibtiyah, D., Hurruyati, R., & Hendrayati, H. (2021). The Influence of Discount on Repurchase Intention. *Proceedings of the 5th Global Conference on Business, Management and Entrepreneurship (GCBME 2020)*, 187(Gcbme 2020), 385–389.
- Rachbini, W. (2018). *The Influence of Celebrity Endorsements on Purchase Intention (A Study on VIVO V7)*. 20(8), 59–66.
- Rahayuningtyas, H. (2022). *Pengaruh Brand Image , Discount , Rating , Dan Selebrity Endorsement Terhadap Customer Purchasing Decision Pada Pengguna Online Shop “ SHOPEE .”*
- Ramlawati, R., & Lusyana, E. (2020). Pengaruh Celebrity Endorsement Dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Produk Kecantikan Wardah Pada Mahasiswi Hpmm Cabang Maiwa Di Makassar. *Jurnal Manajemen & Organisasi Review (Manor)*, 2(1), 65–75.
- Rasa, P. C., Dan, H., Pelayanan, K., Rahayu, M., & Ningsih, R. (2022). *Terhadap Keputusan Pembelian Di Kedai Kopi*. 22(3), 281–291.
- Rifai, A. (2021). Pengaruh Harga Dan Diskon Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pt Utama Sejuk Abadi. *Neliti.Com*.

- Shimp, T. A. (2014). *Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Salemba Empat.
- Siregar, S. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif: Dilengkapi dengan Perbandingan Perhitungan Manual & SPSS*. Jakarta: Prenadamedia.
- Siyoto, S. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Literasi Media Publishing.
- Subakti, H. (2022). *Metodologi Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Bandung: Media Sains Indonesia.
- Subastian, D. V., Retno p, D. A., Firsa, E., & Sanjaya, V. F. (2021). Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Celebrity Endorser Raffi Ahmad Terhadap Minat Beli Produk Skincare Ms.Glow. *REVENUE: Jurnal Manajemen Bisnis Islam*, 2(1), 1–10.
- Sudarsono, H. (2020). *Manajemen Pemasaran*. Jember: CV. Pustaka Abadi.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung: Alfabeta.
- Sukmana, S. A., & Mashadi, M. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Dan Potongan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen UMKM Waroeng Korejat Kota Bandung. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 10(1), 47–53.
- Suryani, T. (2013). *Perilaku Konsumen di Era Internet*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa - Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*. Andi Offset.
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.
- Wiratna Sujarweni, V. (2014). *SPSS untuk Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Yusfita, Y. (2020). *Pengantar Dasar Statistika Berbasis Masalah*. Surabaya: CV. Jakad Media Publishing.
- Zaenal, A. (2021). *Perilaku Bisnis: Etika Bisnis & Perilaku Konsumen*. Sleman: CV. Budi Utama