

## DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D. 1991. *Managing Brand Equity, Capitalizing On The Value Of A Brand Name*. New York: The Free Press a Division of Macmillan, Inc.
- Adil Fadilah.(2018)" Pengaruh Lingkungan Sosial, Kepercayaan Merek Dan Citra merek Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Pengguna I Phone Di Kota Bogor)" jurnal ekonomi dan bisnis, 14.
- Ahmed, A., Mir, F. A., & Farooq, O. 2012. Effect of celebrity endorsement on customers' buying behavior; A perspective from Pakistan. *Interdisciplinary Journal of Contemporary Research in Business*, 4(5). 584-592.
- Ahmad Rusdi Saputra, 2018. Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian Minuman Berenergi Extra Joss. *STIESIE*
- Alfian, B. 2012. Pengaruh Citra Merek (Brand Image) Terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian Mobil Toyota Kidjang Inova Pada PT. Hadji Kalla Cabang Polman Makasar: Skripsi Universitas Hasanuddin
- Alfiyah Nuraini, (2015). Pengaruh Celebrity Endorser, Kualitas Produk Terhadap Citra merek dan dampaknya pada Keputusan pembelian (Studi Kasus pada Konsumen Kosmetik Wardah Di Kota Semarang). <http://ejournas1.undip.ac.id/index.php/>
- Amron, Amron. 2018. Buying Decision in the Consumers of Automatic Motorcycle in Yogyakarta, Indonesia. *Journal of Marketing Management*. Vol. 6, No. 1, Hal. 90-96. ISSN : 2333-6080.
- Anang Firmansyah. 2018. Pengantar Manajemen. Edisi ke-1. Yogyakarta: Deepublish.
- Andrianto, E. S. (2016). Pengaruh Celebrity Endorser dan Brand Image pada Proses Keputusan Pembelian. *Management Analysis Journal*, 104-109.
- Andreas dkk, 2017. Konservatisme Akuntansi di Indonesia. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*. Fakultas ekonomi dan bisnis Universitas Kristen Satya Wacana Salatiga
- Angrainy, R., Yanti, P. D., & Oktavia, E. (2020). Hubungan Tingkat Stres Dengan Siklus Menstruasi Pada Remaja Putri Di Sman 5 Pekanbaru Tahun 2019. *Al-Insyirah Midwifery: Jurnal Ilmu Kebidanan (Journal of Midwifery Sciences)*, 9(2), 114–120. <https://jurnal.stikesalinsyirah.ac.id/index.php/kebidanan/article/view/719>

- Apejoye, A. (2013). Influence of Celebrity Endorsement of Advertisement on Students' Purchase Intention. *Journal of Mass Communication and Journalism*, 3(3), 1–7. <https://doi.org/10.4172/2165-7912.1000152>
- Ardiansyah. 2017. Pengaruh Desain Produk, Promosi dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Merek Nike di Sport Stadion Solo. Surakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Islam Batik.
- Ardiansyah, 2017, “Pengaruh Budaya Organisasi dan Iklim Organisasi Terhadap Loyalitas Karyawan (Studi Kasus pada PT Bank Negara Indonesia KCU Pekanbaru)”, *Jom FISIP* , Vol. 4, No. 1.
- Ari Anggarani Winadi Prasetyoning Tyas, A. K. (2016). Pengaruh Pesan Iklan Televisi dan Celebrity Endorser terhadap Keputusan Pembelian Minuman Ale-Ale di Universitas Esa Unggul. *Jurnal Ekonomi*, 7(November 2016), 2.
- Arikunto, Suharsini (2012). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta
- Arie Liyono, 2022. Pengaruh Brand Image, Electronic Word of Mouth (Ewom) dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk Air Minum Galon Crystalline pada PT. *Jurnal Ekonomi Manajemen*.
- Arief, M., Suyadi, I., & Sunarti. (2017). Pengaruh Kepercayaan Merek dan Komitmen Merek Terhadap Loyalitas Merek. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 146.
- Baum, Feigen. 2012. *Kendali Mutu Terpadu* (alih bahasa). Jakarta: Erlangga
- Chandra, E. (2018). Youtube, Citra Media Informasi Interaktif Atau Media Penyampaian Aspirasi Pribadi. *Jurnal Muara Ilmu Sosial, Humaniora, Dan Seni*, 1(2), 406. <https://doi.org/10.24912/jmishumsen.v1i2.1035>
- Dewi, L. G. P. S., Edyanto, N., & Siagian, H. (2020). The Effect of Brand Ambassador , Brand Image , and Brand Awareness on Purchase Decision of Pantene Shampoo in Surabaya , *Indonesia. SHS Web of Conferences*, 01023. <https://doi.org/https://doi.org/10.1051/shsconf/20207601023>
- Diza Farah,dkk. 2016. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada PT. Fifgroup Cabang Manado. *Jurnal EMBA Vol.4 No.1 Maret 2016*
- Baum, Feigen. 2012. *Kendali Mutu Terpadu* (alih bahasa). Jakarta: Erlangga

- Fahira, S., T. Hartati, dan H. Amir. 2021. Pengaruh Citra Merek Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Maskara Maybelline (Studi kasus pada mahasiswi Administrasi Niaga Politeknik Negeri Jakarta). *Jurnal Epigram* 16(2): 205-210.
- Garthwaite, CL. 2014. Demand Spillovers, Combative Advertising, and Celebrity Endorsement. *American Economic Journal: Applied Economics*, 6(2): 76-104.
- \_\_\_\_\_. Demand spillovers, combative advertising, and celebrity endorsements. *American Economic Journal: Applied Economics*, 6(2): 76-104. Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta
- Ghozali, Imam. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21*. Edisi 7. Semarang: Badan Penerbit – Undip.
- \_\_\_\_\_. 2012. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 20*. Semarang: Badan Penerbit – Undip.
- \_\_\_\_\_. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 20*. Edisi Kesembilan. Semarang: Badan Penerbit – Undip.
- Herawati, I., & Wahyuni. (2017). *Pemeriksaan Fisioterapi*. Surakarta: Muhammadiyah University Press.
- Kalangi, N. J., Tamengkel, L. F., & Walangit. (2019). Pengaruh Celebrity Endorser dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Shampoo Clear. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 44-54.
- Kotler, P., & Keller, K. L. 2012. *Marketing Management* (14th ed). New Jersey: Pearson Presttice
- \_\_\_\_\_. 2016. *Marketing Management* (14th ed). New Jersey: Pearson Presttice
- Kotler, Philip. 2012. *Manajemen Pemasaran, Buku Dua Edisi Pertama*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Kotler, P dan Amstrong. 2018. *Prinsip-prinsip Marketing Edisi Ke Tujuh*. Penerbit Salemba Empat. Jakarta.
- Muh. Rizky Fauzan et. al (2015). Pengaruh Kepercayaan Merek, Periklanan, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Minuman Isotonik Mizone Di Kota Palu. *Jurnal Ilmu Manajemen Universitas Tadulako*.

- Musay, F. P. (2022). Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Administrasi Bisnis*,3(2),pp: 1-7.
- Mutiara Priskilla Todar et al (2020). Pengaruh Persepsi Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Air Minum Dalam Kemasan (Amdk) Galon Merek Aqua. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Jurusan Manajemen Universitas Sam Ratulangi Manado.
- Neijun Eltona dan Kristina Anindita Hayuningtias (2021). Pengaruh Citra Merek, Persepsi Harga, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Air Minum Dalam Kemasan (AMDK) Merek Le Minerale 600 ml di Kota Semarang. *Jurnal Mirai Manajemen*.
- Pangastuti, P. A. D., Sukirno, & Efendi, R. (2019). The Effect of Work Motivation and Compensation on Employee Performance. *International Journal of Multicultural and Multireligious Understanding*, 7(3), 292–299.
- Pracista, N. M., & Rahanatha, G. B. (2014). Pengaruh Kredibilitas Celebrity Endorser, Daya Tarik Iklan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Ekuitas Merek (Brand Equity) Dari Produk Sampo L'oreal Pada Konsumen Wanita (Studi Kasus Di Kota Denpasar). *E-Jurnal Manajemen*, 3(7), 1870–1885. <https://ojs.unud.ac.id/index.php/Manajemen/article/view/8176>
- Putri, Felyana Elsa. 2018. Morfologi dan Patogenitas *Corynebacterium diphtheriae*. [Online]. Tersedia: [https://www.academia.edu/36722243/Morfologi\\_dan\\_patogenitas\\_Corynebacterium\\_diphtheriae?auto=download](https://www.academia.edu/36722243/Morfologi_dan_patogenitas_Corynebacterium_diphtheriae?auto=download). Diakses. 27-02-2019.
- Putra, P. Y., & Soebandi, S. (2014). The Influence of Celebrity Endorser , Brand Image , and Brand Trust on Consumer Purchasing Decisions to Nike Brand Sports Shoes in Surabaya. *JWC Journal of Word Canference*, 208–218.
- Puteri, A. (2018). PENGARUH KEPERCAYAAN MEREK TERHADAP KEPUTUSAN. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 245-252.
- Rahayu, Suharni, “Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Majalah Media Asuransi (Studi Kasus: PT. Media Asuransi Indonesia), *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, Vol.1 Nomer 1, Oktober, 2017
- Ratnawati, L. 2012. Sehat Pangkal Cerdas. Kompas : Jakarta
- Rita Anugerah (2022). Pengaruh Celebrity Endorsement dan Brand Awareness terhadap Keputusan Pembelian pada Es Teh Indonesia Cabang Delima Pekanbaru. Universitas Islam Riau.

- Rizan, Muhammad., Dkk. 2012. Pengaruh Brand Image Dan Brand Trust Terhadap Brand Loyalty Teh Botol Sosro Survei Konsumen Teh Botol Sosro Di Food Court Itc Cempaka Mas, Jakarta Timur. *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*. 3(1), 1-17. Diperoleh tanggal 1 Oktober 2014 dari <http://www.jrmsi.com/attachments/article/17/pengaruh-brand-image-dan-brand-trust-terhadap-brand-loyalty-the-botol-sosro.pdf>
- Ronitua, A., Brida, L., & Barry, H. (2017). Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Air Minum Dalam Kemasan Merek Le Minerale. *Epigram*, 14(2).
- Rosica, S. A. (2016). Pengaruh Persepsi Harga, Kepercayaan Merek, dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Produk Kecantikan. skripsi, 1-163.
- Sakinah, N. L., & Suhardi, D. (2018). No Title. *Indonesian Journal Of Strategic Management Vol.1, Issue 1, Februari 2018*, 1(1).
- Sasetyo, S. A., Nawawi, H., & Rondonuwu, R. (2012). Pengaruh Daya Tarik Iklan Terhadap Pembentukan Citra Merek Pepsodent, 1(1), 1–19.
- Soim, F. M., Suharyono, S., & Abdillah, Y. (2016). “Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Pembeli Kartu Perdana simPATI di Booth Telkomsel Matos).” *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 35(1), 146–153.
- Sri Sulastri (2014). Pengaruh Kesadaran Merek, Gaya Hidup, Asosiasi Merek, Kepercayaan Merek, dan Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Minuman Serbuk Sari Buah Nutrisari di Kota Padang.
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, Bandung: Alfabeta
- \_\_\_\_\_.2019. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, Bandung: Alfabeta
- \_\_\_\_\_.2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, Bandung: Alfabeta
- Sujarweni, V. Wiratna. 2015. *Metodologi Penelitian Bisnis Dan Ekonomi*, 33. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Tambunan, Krystia. 2012. Analisis Pengaruh Citra Merek, Persepsi Kualitas, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Bandeng Presto (Studi Kasus Pada Konsumen Di Bandeng Presto Semarang). Semarang : Universitas Diponegoro

- \_\_\_\_\_. 2014. *Pemasaran Jasa: Prinsip, Penerapan, Penelitian*. Yogyakarta: Andi Offset
- Tjiptono, Fandy dan Anastasia Diana. 2016. *Pemasaran Esensi & Aplikasi*. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Tri Kartika Yudha (2015). Pengaruh Brand Image Minuman Coca-Cola terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi pada Konsumen di Medan). Fakultas Ekonomi UISU.
- Sulastri, S. (2014). Pengaruh Kesadaran Merek, Gaya Hidup, Asosiasi Merek, Kepercayaan Merek dan Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Minuman Serbuk Sari Buah Nutrisari di Kota Padang. *Ekonomi dan Bisnis*.
- Syamsurizal, dan Sri Ernawati, 2020, Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Pada Rocket Chicken Kota Bima, *Jurnal Brand*, Vol. 2, No. 2.
- Wijaya, Tony. 2011. *Manajemen Kualitas Jasa*. PT. Indeks. Jakarta.
- Yaumil. (2019) Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah (Studi Kasus Pada Konsumen Carrefour Panakkukang Makasar), Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Makassar.
- Yudha, T. K. (2015). Pengaruh Brand Image Minuman Coca-Cola terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi pada Konsumen di Medan). *Jurnal Wahana Inovasi*, 100-111