

DAFTAR PUSTAKA

- Agustinawati. (2016). Pengaruh harga, promosi dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, 5(5), 1–15.
- Alisya, N., & Sholeha, H. (2024). Analisis Media Monitoring Brand Facetology pada Bulan Maret-April 2024 Menggunakan Analysis Tools Brand24. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 2(5), 537–546.
- Anandita, A. D., Rusdan, H., & Rinuastuti, B. H. (2019). Pengaruh Celebrity Endorser terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mataram. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 2(1), 1–10.
- Anshori, M., & Iswati, S. (2019). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Surabaya: Airlangga University Press.
- Anwar. (2015). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : Erlangga.
- Armstrong, G., & Kotler, P. (2001). *Principles of Marketing* (9 ed.). Upper Saddle River, New Jersey: Prentice Hall.
- Evanthi, O. D., Hidayah, A., Rachmawati, E., & Endratno, H. (2023). Pengaruh Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Somethinc di Purwokerto. *J-MAS (Jurnal Manajemen dan Sains)*, 9(2), 1475–1486. <https://doi.org/DOI: http://dx.doi.org/10.33087/jmas.v9i2.2023>
- Feigenbaum, A. V. (1991). *Total Quality Control* (3 ed.). New York: McGraw-Hill.
- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*.

Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Ghozali, I. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 26*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Herlina. (2019). *No TitlMetodologi Penelitian Pendidikan*. Yogyakarta: Deepublish.

Hoiriyah, Y. U., & Chrismardani, Y. (2021). Pengaruh Gaya Hidup Halal, Label Halal, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian MS Glow (Studi pada Mahasiswi Universitas Trunojoyo Madura). *Jurnal Kajian Ilmu Manajemen (JKIM)*, 1(2). <https://doi.org/DOI: 10.21107/jkim.v1i2.11590>

Husein, U. (2005). *Riset pemasaran dan perilaku konsumen*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.

Hutauruk, B. (2022). Pengaruh Celebrity Endorser dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Kosmetik. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, 23(2), 112–121.

Inggasari, M. S., & Hartati, R. (2022). Pengaruh Celebrity Endorser, Brand Image, dan Brand Trust terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlett Whitening. *Cakrawangsa Bisnis: Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, 3(1). <https://doi.org/DOI: https://doi.org/10.35917/cb.v3i1.298>

Irtanti, E. W. (2019). *Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pixy Lip Cream (Studi Pada Mahasiswi UIN Sunan Ampel Surabaya)*.

Jatra, M., & Bramantya, Y. B. (2016). Pengaruh Celebrity Endorser dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian Yamaha Jupiter MX di Kota Denpasar. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 5(3), 1745–1771.

Kalangi, N. J., Tamengkel, L. F., & Walangitan, O. F. C. (2019). Pengaruh celebrity endorser dan brand image terhadap keputusan pembelian shampoo

Clear. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 8(1), 44–54.
<https://doi.org/https://doi.org/10.35797/jab.v8.i1.44-54>

Kotler, P. (2008). *Marketing Management* (13 ed.). Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall.

Kotler, P., & Armstrong, G. (2002). *Dasar-Dasar Pemasaran* (9 ed.). Jakarta: Prenhallindo.

Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran* (1 ed.). Jakarta : Erlangga.

Kotler, P., & Armstrong, G. (2010). *Principles of Marketing* (1 ed.). Upper Saddle River, New Jersey: Pearson Education.

Kotler, P., & Armstrong, G. (2011). *Principles of Marketing* (14 ed.). Upper Saddle River, New Jersey: Pearson Education.

Kotler, P., & Armstrong, G. (2016). *Principles of Marketing* (16 ed.). Upper Saddle River, New Jersey: Pearson Education.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2007). *Manajemen Pemasaran* (1 ed.). Jakarta : Indeks.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Manajemen Pemasaran* (14 ed.). Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Manajemen Pemasaran (Marketing Management)* (15 ed.). Harlow, England: Pearson Education Limited.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2020). *Marketing Management* (16 ed.). Harlow, England: Pearson Education.

Kuncoro. (2009). *Metode Riset untuk Bisnis & Ekonomi* (3 ed.). Jakarta: Erlangga.

Luthfia, W. E. (2012). *Analisis pengaruh kualitas produk, kualitas layanan, dan*

harga terhadap keputusan pembelian pada Coffee Shop Kofisyop Tembalang.
Semarang: Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Diponegoro.

Nazir, M. (2003). *Metode Penelitian*. Jakarta: Ghalia Indonesia.

Prawirosentono, S. (2004). *Filosofi Baru Tentang Manajemen Mutu Terpadu*.
Jakarta : Bumi Aksara.

Rahmadani, D., & Ananda, F. (2018). Pengaruh harga, promosi dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, 19(2), 222–232.

Ratnasari, A. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada Salon Cantik). *Jurnal Ilmiah Prodi Manajemen Universitas Pamulang*, 4(1), 3–26.

Royan, F. M. (2005). *Marketing Celebrities: Selebriti dalam Iklan dan Strategi Selebriti dalam Merek*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.

Sanditya, R. (2019). Hubungan Celebrity Endorser dengan Keputusan Pembelian Produk Pakaian pada Konsumen Secara Online di Media Sosial Instagram. *Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 7(1), 100–104.

Savero, N., & Hada, R. (2017). *Pengaruh Celebrity Endorser dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian Sampo (Studi Kasus pada Merek Clear)*.
Fakultas Ekonomi : Universitas Negeri Yogyakarta.

Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2008). *Perilaku Konsumen* (7 ed.). Jakarta: PT Indeks.

Setiawan, I. B. P. A., & Aksari, N. M. A. (2020). Peran Brand Awareness Dalam Memediasi Pengaruh Celebrity Endorser Terhadap Purchase Intention. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 9(6), 2352.
<https://doi.org/10.24843/ejmunud.2020.v09.i06.p15>

- Shimp. (2002). *Advertising and Promotion: An Integrated Marketing Communications Perspective*. McGraw-Hill Education.
- Shimp, T. A. (2014). *Komunikasi Pemasaran Terpadu dalam Periklanan dan Promosi* (8 ed.). Jakarta: Salemba Empat.
- Sintani, L. (2016). *Pengaruh Penggunaan Celebrity Endorser Isyana Sarasvati dalam Iklan "Isyana vs Gangster" terhadap Brand Awareness Masyarakat Surabaya*. Surabaya: Universitas Kristen Petra.
- Siswanto, E.Ns, S. K., Kep, M., & Dwipayanti, P. I. (2023). *Pengembangan Model Perilaku Caring Berbasis Kecerdasan Emosional Terhadap Peningkatan Kompetensi Mahasiswa Keperawatan. Repos. Dianhusada. Yayasan Abdi Amanah Masyarakat Mojokerto*.
- Siyoto, S., & Sodik, M. A. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Literasi Media Publishing.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sulistiarningsih, R. (2024). Analisis Media Monitoring. *Madani: Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 2(5).
- Suparti, & Evelyn, F. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Kopi Instan Good Day Mocacino di Kebumen : Studi pada Konsumen Produk Kopi Instan Good Day Mocacino di Kebumen. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi (JIMMBA)*, 4(6), 788–802.
<https://doi.org/https://doi.org/10.32639/jimmba.v4i6.166>
- Supriyatna, Y. (2020). Analisis Pengaruh Harga, Desain Produk, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Produk Yamaha Mio Di Kota Cilegon). *Sains Manajemen*, 6(1), 36–50.

<https://doi.org/10.30656/sm.v6i1.2097>

Suri, A. (2017). Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Xiaomi di Kota Langsa. Fakultas Ekonomi, Universitas Samudra. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan*, 6(1).

Susanti, S., & Dyatmika, S. W. (2020). Pengaruh Celebrity Endorser dan Iklan Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Produk Wardah (Studi kasus pada Follower instagram Wardah Beauty). *Journal of Sustainability Bussiness Research (JSBR)*, 1(1), 391–402.
<https://doi.org/https://doi.org/10.36456/jsbr.v1i1.3033>

Titania, N., & Yulianto, A. E. (2023). Pengaruh celebrity endorsement, brand images dan brand trust terhadap keputusan pembelian pada produk Scarlett Whitening. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 12(4), 1–15.

Tjiptono, F. (2002). *Strategi Pemasaran*.

Tjiptono, F. (2008). *Strategi Pemasaran* (3 ed.). Yogyakarta : Andi Offset.

Yulizar, Y., & Aprianti, R. (2017). Pengaruh harga, kualitas produk, dan promosi terhadap keputusan pembelian. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, 18(2), 133–143.

Zainullah, V. C. (2019). Pengaruh Promosi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kopi Koplakan. *PERFORMA*, 4(4), 538–549.
<https://doi.org/https://doi.org/10.37715/jp.v4i4.1666>