

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah Maskur, M. L. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Word Of Mouth Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Converse (Studi Kasus Pada Mahasiswa Stiesia). *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, 2-20.
- Afri Dary Anandita, H. R. (2019). Pengaruh Celebrity Endorser dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sepatu Futsal Specs di lingkungan Karang Taruna Mataram. 99-109.
- Arikunto, S. (2002). *Metodologi Penelitian*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Armstrong, K. P. (2012). *Manajemen Pemasaran Edisi 12*. Jakarta: Erlangga.
- Babin, B. (2015). Modelling Consumer Satisfaction and Word of Mouth Restaurant Patronage in Korea. *The Journal of Service Marketing*, 133-139.
- Bramantya, Y. &. (2016). Pengaruh Celebrity Endorser Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Yamaha Jupiter Mx di Kota Denpasar. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 5.
- Eka, R. L. (2007). Strategi Memenangkan Persaingan Pasar. Jakarta: Salemba Empat.
- Fitrah Fahmi, M. D. (2021). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Olahraga Futsal di Kota Langsa (Studi Kasus Pada Produk Sepatu Specs terhadap Mahasiswa di Kota Langsa). *JIM Manajemen : Manajemen Terapan*, 36-42.
- Freddy, R. (2009). *Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis. Kasus. Integrated Marketing Communication*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Ghozali, I. (2006). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisa Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS 23*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Hasan, A. (2010). *Marketing dari mulut ke mulut*. Yogyakarta: Media Pressindo.
- Herlina, V. (2019). *Panduan Praktis Mengolah Data Kuesioner Menggunakan SPSS*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.

- Hermawan Eko Septian, M. L. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Celebrity Endorser dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, 9.
- Hutauruk, B. (2022). Pengaruh Inovasi, Celebrity Endorser dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Futsal Adidas di Cikarang. *Jurnal Manajemen Organisasi dan Bisnis*, 160-170.
- Jennifer Olivia, S. N. (2019). Pengaruh Video Advertising Tokopedia Versi "Jadikan Ramadan Kesempatan Terbaik" Terhadap Respon Afektif Khalayak. *Jurnal Lontar*, 16-24.
- Kertajaya, H. (2007). *Positioning, Differensiasi dan Brand*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Kotler, P. &. (2014). *Principles of Marketing, Jilid 1 Terjemahan Bob . Sabran* Jakarta: : Erlangga. Komunikasi Pemasaran Terpadu.
- Kotler, P. a. (2009). *Manajemen Pemasaran Jilid 1 edisi ke 13*. Jakarta.
- Kotler, P. A. (2012). *Prinsip – Prinsip Pemasaran. Edisi 13 Jilid 1*. Jakarta.
- Kotler, P. d. (2012). *Manajemen Pemasaran. Edisi 13*. Jakarta: Erlangga.
- Kuncoro, M. (2009). *Metode Riset Untuk Bisnis & Ekonomi. Edisi ketiga*. Jakarta: Erlangga.
- Muh Hasban Wadi, M. F. (2021). Analisis Pengaruh Citra Merek, Kepercayaan Merek dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Specs (Studi Kasus Pada Konsumen Sepatu Specs di Kota Lombok Timur). *Jurnal Manajemen dan Sains*, 172-181.
- Muhammad Mansur Yafi, T. (2022). Analisis Validitas dan Reabilitas Instrumen Kepuasan Pelayanan Akademik. *Jurnal Teknik Industri dan Kimia*, 6-9.
- Mukhamad Mansyur, S. A. (2020). *Pengaruh Brand Image, Brand Love, Brand Trust Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Vans di Malang (Studi pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Malang Jurusan Ekonomi Angkatan 2018)*. Malang: E-Jurnal Riset Manajemen.
- Muslich Anshori, S. I. (2019). *Metodologi Penelitian Kuantitatif : Edisi 1*. Surabaya: Airlangga University Press.
- Natalia Junni Kalangi, L. F. (2019). Pengaruh Celebrity Endorser dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Shampoo Clear. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 44-54.
- Nazir, M. (2003). *Metode Penelitian*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Pratiwi, Y. R. (2017). Pengaruh Word Of Mouth Communication Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Boardgame Lounge Smart Cafe

Pekanbaru, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Riau, Pekanbaru. *JOM FISIP*, 1-15.

- Rangkuti, F. (2009). *Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis. Kasus. Integrated Marketing Communication*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Ratri, L. E. (2007). *Strategi Memenangkan Persaingan Pasar*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sanditya, R. (2019). Hubungan Celebrity Endorser Dengan Keputusan Pembelian Produk Pakaian Pada Konsumen Secara Online di Media Sosial Instagram. 100-104.
- Sandu Siyoto, M. A. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Literasi Media Publishing.
- Shanfi Maylita Inggasari, R. H. (2022). Pengaruh Celebrity Endorser, Brand Image, Dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlet Whitening. *Cakrawangsa Bisnis*, 1-22.
- Shimp, T. A. (2014). *Komunikasi pemasaran terpadu dalam periklanan dan promosi*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sidharta, C. (2014). Penggunaan Anggun C. Sasmi sebagai Celebrity Endorser dalam iklan Pantene versi "Bersinarlah Bersama Anggun". *E-Komunikasi*, 2-10.
- Sintani, L. (2016). Pengaruh Penggunaan Celebrity Endorser Isyana vs Gangster Terhadap Brand Awareness Masyarakat Surabaya. *Jurnal E-Komunikasi*, 1-10.
- Sopiah, S. &. (2013). *Perilaku Konsumen : Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian*. Yogyakarta: Andi.
- Suliyanto. (2011). *Ekonometrika Terapan: Teori Dan Aplikasi Dengan SPSS*. Yogyakarta: Andi.
- Sumardy. (2011). *The Power of Word of Mouth Marketing*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Supriyatna, Y. (2020). Analisis Pengaruh Harga, Desain Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Produk Yamaha Mio di Kota Cilegon). *Jurnal Sains Manajemen*, 6.
- Sutisna. (2012). *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran Edisi Kedua*. Bandung.
- Top Brand Award*. (2022, January 10). Retrieved from Komparasi Brand: <https://www.topbrand-award.com> (diakses Januari 2023)

