

## DAFTAR PUSTAKA

- Alma, B. 2013. *Marketing Management and Service Marketing*. Bandung: Alfabeta
- Ardianti, C., Salam, A., & Nuryani, H. S. 2020. Pengaruh Celebrity Endorser dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian di Instagram. *Jurnal Manajemen Ekonomi dan Bisnis*. 3(2). 1-9.
- Ghozali, I. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariete dengan Program IBM SPSS 23*. Edisi Kedelapan. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Handayani, L. D. L., & Kosasih. 2020. The Effect of Celebrity Endorser and Brand Image Towards Purchasing Decisions of Pixy Products in Karawang. *Jurnal Ilmiah Manajemen*. 8(4). 407-417.  
<https://ejournal.pelitaIndonesia.ac.id/ojs32/index.php/procuratio/index>
- <https://businessdictionary.info/definition/market-share>. [Diakses 10 Juni 2022]
- <https://collinsdictionary.com/us/dictionary/english/fmcg>.  
[Diakses pada 10 Juni 2022]
- <https://compas.co.id/shampoo-terlaris2021>. [Diakses pada 10 Juni 2022]
- <https://pantene.co.id/2022>. [Diakses pada 10 Juni 2022]
- Kalangi, N. J., Tamengkel, L. F., & Walangitan, O. 2019. Pengaruh Celebrity Endorser dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Shampoo Clear. *Jurnal Administrasi Bisnis*. 8(1). 44-54.
- Handayani, L. D. L., & Kosasih. 2020. The Effect of Celebrity Endorser and Brand Image Towards Purchasing Decisions of Pixy Products in Karawang. *Jurnal Ilmiah Manajemen*. 8(4). 407-417.
- Hartono, T., & Siagian, M. (2020). Pengaruh Disiplin Kerja Dan Pelatihan Terhadap Kinerja Karyawan Di Pt Bpr Sejahtera Batam. *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis Dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi (Jmbi Unsrat)*, 7(1), 220–237.
- Jatmiko, M. R. 2021. Analisis Pengaruh Celebrity Endorser, Brand Image, dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Shampoo Dove di Semarang. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis STIE Anindyaguna*. 3(1). 159-173.  
<https://jurnal.stieanindyaguna.ac.id/index.php>
- Kahpi, H. S., Affandi, A., Sunarsi, D., Mujahidin, M., & Asdiani, D. (2019). Pengaruh Pengembangan Karir Dan Pelatihan Kerja Terhadap Kinerja Pegawai Pada Dinas Perhubungan Kota Serang. *Jurnal Ekonomi Efektif*, 1(4), 332.

<https://doi.org/10.32493/jee.v1i4.10718>

- Kotler, P., & Keller, K. L. 2016. *Marketing Management*, 15<sup>th</sup> Edition. London: Pearson Education, Inc.
- Malau, H. 2016. *Manajemen Pemasaran*. Bandung: CV Alfabeta.
- Martin, N. P. R. (2017). Pengaruh Penempatan Sumber Daya Manusia Pada Karyawan di Pemerintahan Kabupaten Bandung. *Jurnal KRISNA: Kumpulan Riset Akuntansi*, 9(1), 70–79.  
<https://ejournal.warmadewa.ac.id/index.php/krisna>
- Nalendra, A. R. A., Rosalinah, Y., Priadi, A. *et al.* 2021. *Statistika Seri Dasar Dengan SPSS*. Bandung: Media Sains Indonesia.
- Pratiwi, G., Sinaga, K., Wulandari, S.E., Riyadh, M. I., Andriani, L., & Ginting, S. 2022. Pengaruh Brand Image dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk MS Glow pada Masyarakat Medan Marelan. *Media Bina Ilmiah*. 16(7). 7197-7116  
<https://doi.org/10.33758/mbi.v16i7.1504>
- Ramadhani, I., & Nadya, P. S. 2020. Pengaruh Celebrity Endorser dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Fesyen Muslim Hijup. *Prosiding Konferensi Nasional Ekonomi Manajemen dan Akuntansi (KNEMA)*. 1-14.  
<https://jurnal.umj.ac.id/index.php/KNEMA/>
- Riadi, M. 2018. Pengertian, Aspek, dan Peran Endorser. [Diakses pada 10 Juni 2022]  
<https://www.kajianpustaka.com/2018/12/pengertian-aspek-bentuk-dan-peran-endorser.html>
- Shimp, A. T. 2014. *Komunikasi Pemasaran Terpadu dalam Periklanan dan Promosi*. Jakarta: Salemba Empat.
- Siregar, S. G., dan Simanjuntak, J. 2021. Pengaruh *Celebrity Endorser* dan *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian Scarlett Whitening pada Media Sosial Instagram. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa*. 3(3). 1-10.
- Subroto, S. (2018). Pengaruh Pelatihan Dan Motivasi Terhadap Kinerja Karyawan. *Optimal: Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan*, 12(1), 18–33.  
<https://doi.org/10.33558/optimal.v12i1.1544>.
- Sudaryono. 2017. *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Rajawali Press.
- Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Method)*. Bandung: Alfabeta.
- Sukma, K. A. D. S. K., Nurcahya, I. K., & Alit, S. 2016. Pengaruh Celebrity

Endorser dan Brand Image, dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Produk embersih Wajah Men's Biore. *E-jurnal Manajemen UNUD*. 5(7) 4016-4043.

Sunyoto, S. 2011. Analisis Regresi untuk Uji Hipotesis. Yogyakarta: Caps.

Wulandari, N. M. R., & Nurcahya, I. K. 2015. Pengaruh Celebrity Endorser, Brand Image, Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Clear Shampoo di Kota Denpasar. *E-Jurnal Manajemen UNUD*. 4(11). 3909-3935.