# DAFTAR PUSTAKA


Anam, Muhammad Syariful, Dian Luthvita Nadila, Tara Ayu Anindita, and Rina Rosia. 2021. "Pengaruh Kualitas Produk , Harga Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Hand and Body Lotion Merek Citra ( Studi Kasus Pada Mahasiswa IAIN Salatiga )." *Muhammad Syariful Anam.* 4(1):120–36.

Arianty, Nel, and Ari Andira. 2021. "Pengaruh Brand Image Dan Brand Awareness Lazada Terhadap Keputusan Pembelian Online." *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana* 4:897. doi: 10.24843/eeb.2021.v10.i10.p07.

Delsi, Daffa Muzain Hanami, Mutia Afrianti, Niken Azzahra ZI, and Zul Azmi. 2022. "PENGARUH CELEBRITY ENDORSER DAN BRAND IMAGE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DENGAN KEPERCAYAAN SEBAGAI VARIABEL MEDIASI." *Jurnal Akuntansi Keuangan Dan Teknologi Informasi Akuntansi* 3(1):458–70.

Dzulqarnain, Iskandar. 2019. "Pengaruh Fitur Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pada Marketplace Shopee." *Jurnal Teknik ITS* 5(2):1–96.

Ghozali, Imam. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25 (Edisi 9)*. Edisi 9. Semarang.

Gloria Narida, Marshelia. 2019. "Brand Image Dalam Persaingan Iklan E-Commerce Dengan Menggunakan Brand Ambassador (Analisis Semiotika Iklan Shopee 'Bisa Tuku Saiki' versus Tokopedia x BTS) Brand Image in the Competition of E-Commerce Advertising with Brand Ambassador (Semiotic Analysis ." *Journal Of Media and Communication Science* 3(1):12–25.

Iwan, and Asron Saputra. 2020. "Pengaruh Citra Merek Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Indocafe Pada Pt Prima Bintang Distribusindo." *Magisma: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis* 8(2):17–24. doi: 10.35829/magisma.v8i2.94.

Kevin, and Asron Saputra. 2022. "PENGARUH KUALITAS PELAYANAN,PROMOSI PENJUALAN DAN CITRA MEREK TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN INDOMARET CABANG SADAI BENGKONG." *SCIENTIA JOURNAL: Jurnal Ilmiah Mahasiswa*.

Kinanti, Dwi Indah, and Anindita Lintangdesi Afriani. 2021. "Pengaruh E-WOM Dan Celebrity Endorser Di Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Ortuseight Pendahuluan Perkembangan Teknologi Dan Informasi Semakin Pesat . Kini Masyarakat Indonesia Dapat Berdasarkan Data Tersebut Dapat Disimpulkan Bahwa Meningkatn." *Journal Of Media and Communication*

*Science* 4(3):149–55.

Kurnianingsih, Wiwi, and Sugiyanto. 2020. "Pengaruh Kualitas Produk Dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pt. Nestle Indonesia." 1(1):510–24.

Kusnadi, Adam Hadi, M. Yamin Siregar, and Teddi Pribadi. 2021. "Pengaruh Product Involvement Dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Asal Korea Merek Etude the House." *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis (JIMBI)* 2(2):96–103. doi: 10.31289/jimbi.v2i1.438.

Maylita Inggasari, Shanfi, and Retno Hartati. 2022. "Pengaruh Celebrity Endorsement, Brand Image Dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Produk." *Jurnal Bisnis Dan Manajemen* 3(1):51–60. doi: 10.23960/jbm.v18i0.408.

Muhani, and Hanum San Sabillah. 2022. "PENGARUH CELEBRITY ENDORSER, BRAND IMAGE, WORD OF MOUTH, KUALITAS WEBSITE, DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA E-COMMERCE TOKOPEDIA." *JURNAL ILMIAH AKUNTANSI DAN KEUANGAN* 4(3):1114–27.

Nugroho, Illham Dwi, and Siti Sarah. 2021. "Pengaruh Brand Image Dan Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen Busana Muslim Merek Maliqa)." *Jurnal Indonesia Membangun* 20(1):113–26.

Paradis, Windi Setya, Zainul Hidayat, Anisatul Fauziah, Stie Widya, and Gama Lumajang. 2020. "Pengaruh Celebrity Endorse, Kualitas Produk Dan Citra Merk Terhadap Keputusan Pembelian Indomie (Studi Kasus Pada Mahasiswa Stie Widya Gama Lumajang)." *Journal Of Organization and Business Management* 2(4):266–71.

Paramansyah, Arman, Dipo Mirza Ghulam, and Ernawati Ernawati. 2020. "Pengaruh Kesadaran Merek (Brand Awareness) Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Samsung." *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah* 2(1):88–107. doi: 10.47467/alkharaj.v2i1.77.

Pradini, Gigih, and Frita Pratami. 2022. "DAMPAK BRAND IMAGE, KUALITAS PELAYANAN DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP LOYALITAS CUSTOMER DI OMA KOPI DEPOK." *Jurnal Ilmiah Indonesia* 7(3):2745–59.

Rahmani, Riska Gusti, Rinaldi Bursan, Mahrinasari MS, and Driya Wiryawan. 2022. "Pengaruh Celebrity Endorsement, Brand Image Dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Produk." *Jurnal Bisnis Dan Manajemen* 10:51–60. doi: 10.23960/jbm.v18i0.408.

Ratika Zahra, R., and Nofha Rina. 2018. "PENGARUH CELEBRITY ENDORSER HAMIDAH RACHMAYANTI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK ONLINE SHOP MAYOUTFIT DI KOTA BANDUNG." *Jurnal*

*Lontar* 6(5):613–16. doi: 10.7868/s0869565218050249.

Rohman, Isnanda Zainur, and Athanasius Ivan Kharisma Indaryadi. 2020. "Pengaruh Celebrity Endorser, Brand Image, Brand Loyalty, Dan Perceived Quality Terhadap Minat Beli Konsumen Dan Dampaknya Terhadap Intensi Rekomendasi." *Jurnal Kajian Manajemen Bisnis* 9(2):80. doi: 10.24036/jkmb.10955000.

Rosa Indah, Dewi, Iza Afalia, and Zenitha Maulida. 2020. "Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Hand and Body Lotion Vaseline (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Samudra)." *Jurnal Samudra Ekonomi Dan Bisnis* 11(1):83–94. doi: 10.33059/jseb.v11i1.1983.

Santi, Rusmana, Ristauli Hutagaol, and Feby Aulia Safrin. 2022. "PENGARUH CELEBRITY ENDORSER DAN BRAND IMAGE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PRODUK SCARLETT WHITENING." *JOSR: Journal of Social Research Juni* 2022(7):761–72.

Sayako Karamoy, Tiffany. 2022. "Pengaruh Celebrity Endorser Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Maybelline Di Kota Manado." *Bata Ilyas Educational Management Review* 2(1):44–55.

Siregar, Sonia Hermina, and Asron Saputra. 2022. *PENGARUH KUALITAS PRODUK, PROMOSI, DAN KEPERCAYAAN TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN E-COMMERCE TOKOPEDIA DI KOTA BATAM*.

Sugiyono. 2019. *METODE PENELITIAN KUANTITATIF, KUALITATIF DAN R & D*. Edisi kedu. Bandung: Alfabeth.

Tanjung Sari, Nikmah Ayu, Eny Kustiyah, and Istiqomah Istiqomah. 2022. "Keputusan Pembelian Produk Garnier Ditinjau Dari Kualitas Produk, Citra Merek Dan Harga (Studi Kasus Mahasiswa Universitas Islam Batik Surakarta)." *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah* 4(5):1505–15. doi: 10.47467/alkharaj.v4i5.1007.

Widillia Rahmawati, Annisa, IBN Udayana, and Bernadetta Diansepti Maharani. 2022. "Engaruh Celebrity Endorser, Brand Image, Online Customer Review Dan E-Trust Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee." *Religion Education Social Laa Roiba Journal Volume* 4(4):887–98. doi: 10.47476/reslaj.v4i4.

Wiedatul Jannah, Fenina, Karnadi, and Yudhistira Harisandi. 2022. "KUALITAS PRODUK DAN CELEBRITY ENDORSER DALAM MENENTUKAN MINAT BELI PRODUK MS GLOW MELALUI BRAND IMAGE SEBAGAI VARIABEL INTERVENING DI HANAA BEAUTY STORE SITUBONDO." *Jurnal Mahasiswa Enterpreneur* 33(1):1–12.

Wierdatul Jannah, Fenina, Karnadi, and Yudihistira Harusandi. 2022. "KUALITAS PRODUK DAN CELEBRITY ENDORSER DALAM MENENTUKAN

MINAT BELI PRODUK MS GLOW MELALUI BRAND IMAGE SEBAGAI VARIABEL INTERVENING DI HANAA BEAUTY STORE SITUBONDO." *Jurnal Mahasiswa Entrepreneur (JME)* 1(1):493–507.

Wijaya, Yahya Dwi, and Muna Wardah Astuti. 2019. "Sistem Informasi Penjualan Tiket Wisata Berbasis Web Menggunakan Metode Waterfall." *Seminar Nasional Teknologi Informasi Dan Komunikasi* 273–76.