

DAFTAR PUSTAKA

- Afnina, A., & Hastuti, Y. (2018). Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Samudra Ekonomi Dan Bisnis*, 9(1), 21–30. <https://doi.org/10.33059/jseb.v9i1.458>
- Agustin, S. (2020). Pengaruh Persepsi Kualitas Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Produk Yamaha Pada Pt. Yamaha Alfa Scorpii Flamboyan. *Jurnal Skripsi UIN*.
- Akhayani, A. A. (2023). Pengaruh Persepsi Kualitas, Persepsi Harga, dan Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Brand image. Equivalent: *Journal of Economics Accounting and Management*, 1(2), 1–18.
- Amalia, N. (2019). Pengaruh Citra Merek, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Konsumen Mie Endess Di Bangkalan). *Jurnal Studi Manajemen Dan Bisnis*, 6(2), 96–104. <https://doi.org/10.21107/jsmb.v6i2.6688>
- Amelia, F. R., & Eman, S. (2021). Pengaruh kredibilitas endorser Agnes Monica, brand awareness dan Perceived quality terhadap keputusan pembelian produk Tolak Angin Cair. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi)*, 5(1), 1247–1269.
- Astuti, N. L. G. S. D. Sari, R. J. (2021). Pengaruh Brand image Dan Brand Awareness Lazada Terhadap Keputusan Pembelian Online. *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana*, 4, 897. <https://doi.org/10.24843/eeb.2021.v10.i10.p07>
- Astuti, N. P., & Rahmawati, H. R. (2023). The impact of ewom and Perceived quality on purchase intention and purchase decision. *Forum Ekonomi: Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, 25(1), 22–34

- Brilliany, E. A. P. W. N. (2022). Pengaruh Celebrity Endorser , Citra Merek Dan Kepercayaan Merek. *Jurnal Riset Manajemen Dan Akuntansi*, 2(1), 72–77.
- Diba, fara. (2020). Pengaruh Celebrity Endorser, Brand image dan Sertifikasi Label Halal terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah (Studi pada Warga Rw. 001 Kelurahan Jatinegara Kaum, Kecamatan Pulo Gadung). *Jurnal Stei Ekonomi*, 8(Xx), 3.
- Elyzabeth, M. (2021). Pengaruh Kredibilitas Celebrity endorser di Media Sosial Instagram dan Kualitas Produk terhadap Minat Beli Scarlett Whitening. *Jurnal Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie*, 2(2), 23-26 <http://eprints.kwikkiangie.ac.id/3394/%10resume/>
- F. Nurfalih, L.Maya, W. (2018). Pengaruh Kredibilitas Dan Kepribadian Dosen Dalam Mengajar Terhadap Motivasi Belajar Mahasiswa Jurusan Komunikasi Penyiaran Islam Fakultas Dakwah Institut Agama Islam Negeri Syekh Nurjati Cirebon. *Jurnal Komunikasi Pembangunan*, 4(2), 1–17.
- Fauzy, A. (2019). *Metode Sampling*. Tangerang: Universitas Terbuka.
- Gunawan, A. V. Kartono, R. (2019). The Determinant Factors of E-Commerce Purchase Decision in Jakarta and Tangerang. *Binus Business Review*, 10(1), 21–29. <https://doi.org/10.21512/bbr.v10i1.5379>
- Halin, H. (2018). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Semen Baturaja Di Palembang Pada Pt Semen Baturaja (PERSERO) Tbk. *Jurnal Ecoment Global*, 3(2), 79–94. <https://doi.org/10.35908/jeg.v3i2.477>
- Handayani, P. (2019). Pengaruh Ekuitas Merek Dan Persepsi Kualitas Terhadap Keputusan Pembelian Produk Herbalife. Psikoborneo: *Jurnal Ilmiah Psikologi*, 7(3), 426–432. <https://doi.org/10.30872/psikoborneo.v7i3.4801>
- Inggasari, S. M., & Hartati, R. (2022). Pengaruh Celebrity Endorser, Brand image, Dan BrandTrust Terhadap Keputusan Pembelian Produk ScarlettWhitening. *Cakrawangsa Bisnis*, 3(1), 1–22.
- Koesworodjati, Y., & Sapira, M. (2023). the Effect of Celebrity Endorser and Prices on the Jglow Product Purchase Decision Process. *Jurnal Riset Bisnis Dan Manajemen*, 16(1), 28–32. <https://doi.org/10.23969/jrbm.v16i1.6437>
- Komalasari, D. (2021). *Buku Ajar Digital Marketing*. Sidoarjo: Umsida Press.
- Kurniawan, A. (2021). Pengaruh Kredibilitas Celebrity endorser Dan Daya Tarik Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Indomie. *Economicus*, 15(2), 101–111.
- Mardiana, N. R. (2019). Analisa Pengaruh Brand Ambassador, Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Produk Kosmetik Emina. *Jurnal Online Internasional & Nasional* 53(9), 1689–1699.
- Mardiatmoko, G. (2020). Pentingnya Uji Asumsi Klasik Pada Analisis Regresi Linier Berganda. *BAREKENG: Jurnal Ilmu Matematika Dan Terapan*, 14(3), 333–342. <https://doi.org/10.30598/barekengvol14iss3pp333-342>

- Munandar, A. (2018). Alih Kode Dan Campur Kode Dalam Interaksi Masyarakat Terminal Mallengkeri Kota Makassar. *Jurnal Skripsi*, 3(2).
- Pandiangan, K. Dwi Atmogo, Y. (2021). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Brand Equity: Brand Trust, Brand image, Perceived quality, & Brand Loyalty. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 2(4), 471–484. <https://doi.org/10.31933/jimt.v2i4.459>
- Riady, S. (2022). Analisis Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Produk Cokelat L' agie pada PT Surya Abadi Persada di Pontianak. *Jurnal Pasca Sarjana FEB Universitas Tanjungpura*, 445, 1–12.
- Rina, S. (2018). Analisis Regresi dan Korelasi. *Jurnal Pembangunan Wilayah & Kota*, 1(3), 82–91.
- Rohmat, B. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Promosi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Layanan Provider (Studi Kasus Pada Pengguna layanan Indosat Ooredoo di Kota Magelang). *Jurnal Skripsi UMM*, 6(1), 5–10.
- Rustam, T. A., & Hikmah, H. (2022). Citra merek, kualitas produk dan harga pengaruhnya terhadap keputusan pembelian pada produk private label (studi kasus pelanggan Alfamart Villa Muka Kuning Batam). *Jurnal Paradigma Ekonomika*, 17(2), 331–340. <https://doi.org/10.22437/jpe.v17i2.16110>
- Safina, W. D. (2019). Pengaruh Kredibilitas Celebrities Endors Dan Daya Tarik Iklan Terhadap Brand Attitude Sampoos Pantene di Palaza Medan Fair medan. *Jurnal Economic*, 7(1), 61–68.
- Santoso, M. H. Tarigan, M. I. (2023). Influence of Brand Loyalty and Perceived quality Analysis on Consumer Purchase Decisions. *Quantitative Economics and Management Studies*, 4(3), 464–473. <https://doi.org/10.35877/454ri.qems1635>
- Sanusi, Anwar. (2015). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Jakarta Selatan: Salemba Empat.
- Septian, F. (2020). Pengaruh Pengembangan Karir, Disiplin Kerja, dan Motivasi Kerja Terhadap Kepuasan Kerja Karyawan (Studi Pada Karyawan PT. Bank Permata, Tbk. Area Kuningan Jakarta Lima, Jakarta Selatan). *Jurnal Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia*, 1–17.
- Simbolon, F. P. Nugraedy, M. (2020). The Influence of Product Quality, Price Fairness, *Brand image*, and Customer Value on Purchase Decision of Toyota Agya Consumers: A Study of Low Cost Green Car. *Binus Business Review*, 11(3), 187–196. <https://doi.org/10.21512/bbr.v11i3.6420>
- Sisnuhadi, S., & Sirait, S. K. (2021). Pengaruh Promosi Media Sosial, Celebrity Endorser, Dan *Perceived quality* Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis*, 16(1), 45. <https://doi.org/10.21460/jrmb.2021.161.371>

- Suarniki, N. N. Afriana, R. A. (2022). Pengaruh Brand Awareness dan Perceived quality terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Pada Pengguna Smartphone iPhone di PT Teletama Artha Mandiri). *Dinamika Ekonomi: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 15(2), 278–287.
- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R &D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono, P. D. (2019). *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, R&D (Cetakan Ke 26)*. Bandung: Alfabeta.
- Supiyandi, A. Slamet, Y. (2022). Influence of Brand Awareness, Brand Association, Perceived quality, and Brand Loyalty of Shopee on Consumers' Purchasing Decisions. *CommIT Journal*, 16(1), 9–18. <https://doi.org/10.21512/commit.v16i1.7583>
- Syam, A. A. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Promosi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Telkomsel Di Perawang Kecamatan Tualang Kabupaten Siak. *Universitas Asislam Riau* 5(3), 248-253.
- Taluke, D. M. (2019). Analisis Preferensi Masyarakat Dalam Pengelolaan Ekosistem Mangrove Di Pesisir Pantai Kecamatan Loloda Kabupaten Halmahera Barat. *Jurnal Spasial*, 6(2), 531–540.
- Unud, E. M. (2018). Peran Brand Image Memediasi Pengaruh Kredibilitas Celebrity Endorser Terhadap Niat Beli. *E-Jurnal Manajemen Unud* 7(12), 6932–6960.
- Wahyuningrum, M. Y. A. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Bolu Susu Lembang. *Jurnal Disrupsi Bisnis* 6(4), 376–386. <http://yosephine.staff.gunadarma.ac.id/Downloads/files>
- Wardani, S. Permatasari, I. (2022). Pengaruh Pengembangan Karier Dan Disiplin Kerja Terhadap Prestasi Kerja Pegawai Negeri Sipil (Pns) Staf Umum Bagian Pergudangan Penerbangan Angkatan Darat (Penerbad) Di Tangerang. *Jurnal Ilmiah M-Progress*, 12(1), 13–25. <https://doi.org/10.35968/m-pu.v12i1.862>
- Wardhana, A. (2022). *Brand Marketing : The Art of Branding*. Bandung: Cv. Media Sains Indonesia.
- Widana, W., & Muliani, P. L. (2020). *Uji Persyaratan Analisis. In Analisis Standar*. Jawa Timur: Klik Media.
- Yazdi, H. M. Astiti, S. (2022). Pengujian Penerapan Layanan Sistem Informasi Pada Dinas Perhubungan Menerapkan Metode DeLone and McLean. *JURIKOM (Jurnal Riset Komputer)*, 9(3), 644. <https://doi.org/10.30865/jurikom.v9i3.4174>
- Yunita, D. (2021). Source Model: Pengukuran Kredibilitas Celebrity endorser. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Sriwijaya*, 19(2), 77–90. <https://doi.org/10.29259/jmbs.v19i2.15160>
- Yusuf. (2021). Analisis Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sepeda Motor Bekas Pada Cv. Bagus Motor Di Kubang Raya. *Jurnal Skripsi UIR*, 1–23.

- Yuvita, H. Sulastrri. (2019). Pengaruh Brand image Dan Sales Promotion Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Brand Equity (Survei Terhadap Nasabah Bank Bni Syariah Di Kota Palembang). *Mix Jurnal Ilmiah Manajemen*, 9(3), 431.
<https://doi.org/10.22441/mix.2019.v9i3.004>
- Zahra, R. R., & Rina, N. (2018). Pengaruh celebrity endorser Hamidah Rachmayanti terhadap keputusan pembelian produk online shop mayoutfit di kota bandung. *Jurnal Lontar Vol. 6 NO 1 Januari-Juni 2018*, 43-57, 6(5), 613–616.
<https://doi.org/10.7868/s0869565218050249>
- Zusrony, E. (2018). *Perilaku Konsumen di Era Modern*. Semarang: Yayasan Prima Agus Teknik.