

DAFTAR PUSTAKA

- Abi Mantara, M., & Nyoman Yulianthini, N. (2022). Faktor-Faktor Yang Menentukan Keputusan Pembelian Secara Online Di Bukalapak Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Undiksha. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 4(2), 168–177.
- Aprilia Anggraeny, F., & Menuk Srihandayani, C. (2022). Pengaruh Harga, Citra Merek, Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Semen Gresik (Studi Kasus Pada UD Bangunan Kita Surabaya). In *Journal of Sustainability Business Research* (Vol. 3).
- Barata, R. M. (2021). Pengaruh *Brand ambassador* Dalam Membangun *Brand image* Dan Dampaknya Pada Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Pembelian Ponsel Pintar Samsung A51). *Jurnal Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta*, 1–134.
- Dekanawati, V., Astriawati, N., Setiyantara, Y., & Subekti, J. (2023). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Diklatkepabeanaan Terhadap Kepuasan Peserta Pelatihan. *Jurnal Saintek Maritim*, 23(2), 159–176.
- Hadiyati, N., Rakhmawati, S., & Kustamtinah, L. (2022). *Pengaruh Brand ambassador, Brand image Dan Korean Wave Terhadap Keputusan Pembelian Nature Republic*.
- Haribowo, R., Fitriyatul Bilgies, A., & Tannady, H. (2022). Pengaruh *Brand image* Dan Celebrity Endoser Terhadap Purchase Decision Produk Bakery Bittersweet By Najla. In *Management Studies and Entrepreneurship Journal* (Vol. 3, Issue 5). <http://journal.yrpiiku.com/index.php/msej>
- Hartawan, A., Mafra, N. U., & Heryati. (2021). Pengaruh Budaya Kerja dan Kemampuan Terhadap Komitmen Pegawai Dinas Kesehatan Kabupaten Empat Lawang. *Jurnal Manivestasi*, 3(2), 146–155.
- Indrasari, M. (2019). Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan. *Unitomo Press*, 1–116.
- Janah, A. M., Aji, A. W., Kusuma, D., Suyatno, A., Kunci, K., Endorser, C., Merek, C., & Pembelian, K. (2021). *Pengaruh Celebrity Endorser Dan Brand image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Ms Glow Pada Media Sosial Instagram*.
- Juliana Osak, D., & Pasharibu, Y. (2020). Pengaruh *Brand ambassador* Dan Tagline Terhadap Keputusan Pembelian Online Dengan Mediasi Brand Awareness. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana*, 357–380.
- Kaban, L., & Khong, R. (2022). Dampak Kualitas, Persepsi Konsumen Dan *Brand image* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Endorsement. *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, 5(1), 909–919. <https://doi.org/10.36778/jesya.v5i1.667>
- Kaban, L. M., & Khong, R. (2022). *Dampak Kualitas , Persepsi Konsumen dan Brand image terhadap Keputusan Pembelian Produk Endorsement*. 5(1), 909–919.
- Kasiono, B. A., Tumbel, A. L., Pondaag, J. J., Kasiono, B. A., Tumbel, A. L., Pondaag, J. J., & Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis, J. (2022). The Influnce Of *Brand image*, Service Quality And Price Perception On

- Purchasing Decisions (A Case Study On Visitors At Another Coffe Café Hati Tondano). *Jurnal EMBA*, 10(No. 4), 1795–1806.
- Khusnul Magfiroh, I., Ula Ananta Fauzi, R., & Setiawan, H. (2023). *Pengaruh Brand ambassador, Electronic Word Of Mouth (E-Wom), Citra Merek, Persepsi Konsumen, Pengetahuan Produk Terhadap Minat Beli Produk Skincare Whitelab (Studi Kasus Pada Masyarakat Kota Madiun)*.
- Kristina, C. (2022). Persepsi Siswa SMP Terhadap Soal Bahasa Jepang yang Diberikan Guru Selama Penerapan Pembelajaran Jarak Jauh (PJJ). *HIKARI*, 6(1), 346–356.
- Larasati, I., & Riva'i Arief. (2022). *Pengaruh Celebrity Endorser terhadap Keputusan Pembelian pada Geprek Bensu Cabang Pekanbaru*.
- Mahiri, E. A. (2020). Pengaruh, *Brand image* Dan Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Pada Konsumen Badan Usaha Milik Desa (BUMDES) Mart Banjarn. *Jurnal Ilmiah Manajemen*, XI(3), 227–238.
- Musyawah, I. Y., & Idayanti, D. (2022). Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Penjualan Pada Usaha Ibu Bagas di Kecamatan Mamuju. *Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen*, 1(1), 2656–6265.
- Nasution, S. L., Limbong, C. H., & Nasution, D. A. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Kepercayaan, Kemudahan, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada E-Commerce Shopee. *Ecobisma*, 7(1), 43–53.
- Nurzanah, M., & Liliyan, A. (2023). Pengaruh Lifestyle, Fitur, *Brand image*, Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Membeli Smartphone Xiaomi Di Kota Surakarta. *Jurnal Ekonomi, Akuntansi Dan Manajemen*, 2(3), 197–220.
- Pratama, C. A., & Rakhman, A. (2022). Pengaruh *Brand ambassador*, Kepuasan Pelanggan Dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Produk Acne Care Scarlett Whitening Di Kelapa Gading. *Jurnal Ilmiah Hospitality*, 11(2), 621–628.
- Ridhwan, R. P., Saragi, S., & Jaffisa, T. (2022). Strategi Dinas Koperasi Dan Ukm Kabupaten Deli Serdang Dalam Pengembangan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Umk) Pada Masa Pandemi Covid-19). *Jurnal Publik Reform*, 9(1).
- Santi, N. (2022). Persepsi Konsumen Terhadap Penerapan Digital Marketing Sebagai Strategi Komunikasi Pemasaran Pada PT Armada Tunas Jaya Magelang. In *Maret* (Vol. 2022, Issue 2).
- Soraya, R. (2020). Pengaruh Persepsi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Pada FS Store Ujungbatu. *Fakultas Ekonomi Universitas Islam Riau*, 1–97.
- Tri Utami, A., & Ellyawati, J. (2021). Peran Citra Merek, Celebrity Endorser, Kualitas Produk Dalam Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 22(1), 140–150. <https://doi.org/10.30596/jimb.v22i1.6200>
- Vanny Maruli Tua, G., & Ira Meike Andariyani, dan. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Mesin Pompa Air Submersible Dab Decker Di Cv. Citra Nauli Electricsindo Pekanbaru. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 1(4), 140–154.
- Wicaksono, D. A., Sumarsono, H., & Santoso, A. (2019). Pengaruh Citra Merek (*Brand image*), Kualitas Produk, Dan Desain Produk Terhadap Keputusan

- Pembelian Pada Produk Batik Mukti. *Jurnal Ekonomi, Manajemen & Akuntansi*, 3(1), 81–89.
- Wijaya, A. P., & Annisa, I. T. (2020a). The Influence of *Brand image*, Brand Trust and Product Packaging Information on Purchasing Decisions. *Jurnal Analisis Bisnis Ekonomi*, 18(1), 24–35. <https://doi.org/10.31603/bisnisekonomi.v18i1.3077>
- Wijaya, A. P., & Annisa, I. T. (2020b). *The Influence of Brand image, Brand Trust and Product Packaging Information on Purchasing Decisions*.
- Wulandari, J., & Tamburian, D. (2022). *Pengaruh Celebrity Endorser Chelsea Olivia terhadap Citra Realfood (Studi pada Media Sosial Instagram @fitwithrealfoodid)*.
- Zahiroh, N., Zaqiyah, S., & Novie, M. (2021). Pengaruh Celebrity Endorse Dan Persepsi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Produk *Skincare Ms Glow* Di Sidoarjo. *Greenomika*, 3(2), 97–104.