

## DAFTAR PUSTAKA

- Amirudin, Amin, M., & Natalia, Y. (2017). Analysis Of The Influence Of Celebrity Endorser, Brand Image, And Trust On The Purchasing Decision Of Garnier Products For Students At STIE Pelita Indonesia ". *Procuratio*. Vol 5. No 4.
- Anam, M. S., Nadila, D. L., Anindita, T. A., & Rosia, R. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian Produk Hand and Body Lotion Merek Citra. *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, 4(1), 120–136. <https://doi.org/10.36778/jesya.v4i1.277>
- Arifa, N., Palupi Robustin, T., & Widya Gama Lumajang, S. (2018). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga serta Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah (Studi Kasus Mahasiswi STIE Widya Gama Lumajang). *Jurnal Riset Manajemen* (Vol. 1, Issue 1). <http://jkm.stiewidyagamalumajang.ac.id/index.php/jrm>
- Bramantya, Y. B., & Jatra, I. M. (2016). Pengaruh Celebrity Endorser dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Yamaha Jupiter Mx Di Kota Denpasar. *D E-journal Manajemen Unud*. Vol. 5 No. 3.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Habibah, H., Hamdani, I., & Lisnawati, S. (2018). Pengaruh Brand Image dan Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah (Studi pada Perempuan Muslim

di Kota Bogor). *IQTISHODUNA: Jurnal Ekonomi Islam*, 7(2), 233–261.

Kiswalini, A., & Nurcahya, I. K. (2014). Pengaruh Celebrity Endorser, Brand Image, dan Kepercayaan Konsumen terhadap Keputusan Pembelian sepeda motor Honda Vario di Kota Denpasar. *Jurnal Ekonomika, Volume 1 nomer 3, Universitas Udayana*.

Kotler, Philip & Gerry Armstrong (2012). *Dasar-Dasar Pemasaran*. (alih bahasa: S. Alexander & B. Molan). Jakarta: Prenhalindo.

Kotler, Philip & Keller, K. L. (2013). *Manajemen Pemasaran*. Jilid kedua. Alih Bahasa: Bob Sabran. Jakarta: Erlangga.

Kotler, Philip & Keller, K. L. (2019). *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13. Alih Bahasa: Bob Sabran. Jakarta: Erlangga.

Kuncoro, M. (2011). *Metode Kuantitatif Teori dan Aplikasi Untuk Bisnis & Ekonomi*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.

Lyonita, T., & Dyah, B. (2012). *Analisis Pengaruh Brand Image dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian yang Berdampak pada Loyalitas Konsumen pada PT. Telkom Jakarta Selatan (Produk Speedy)*. Disertasi Doktor. Jakarta: Universitas Bina Nusantara.

Ngesti, A. N. (2021). Pengaruh Harga dan Celebrity Endorsement terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Make Over di Kota Yogyakarta. *Buletin Ekonomi: Manajemen, Ekonomi Pembangunan, Akuntansi*, 18(1), 77–84.

Parengkuan, Valentino, dkk. (2014). Analisis Pengaruh Brand Image dan Celebrity Endorsement terhadap Keputusan Pembelian Produk Shampo Head and Shoulders di 24 Mart Manado. *EMBA Universitas Sam Ratulangi Manado*.

- Siregar, S. G. (2021). Pengaruh Celebrity Endorser dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Scarlet Whitening Pada Media Sosial Instagram. *Prodi Manajemen*.  
<http://repository.upbatam.ac.id/id/eprint/627>.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Supriyadi, S., Wiyani, W., & Nugraha, G. I. K. (2017). Pengaruh Kualitas Produk Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 4(1), 74–85.  
<https://doi.org/10.26905/jbm.v4i1.1714>
- Wiyono, G. (2011). *Merancang Penelitian Bisnis Dengan Alat Analisis SPSS & Smart PLS*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.
- 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*, 4(11).