

REFERENSI

- Anas, A. A., & Sudarwanto, T. (2020). Pengaruh Celebrity Endorser terhadap Keputusan Pembelian di Eiger Store Royal Plaza Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 8(3), 953–958.
- Anggraini, N., Barkah, Q., & Hartini, T. (2020). Pengaruh Promosi, Harga, Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Citra Merek Produk Rabbani Di Palembang. *Jurnal Neraca: Jurnal Pendidikan Dan Ilmu Ekonomi Akuntansi*, 4(1), 26. <https://doi.org/10.31851/neraca.v4i1.4176>
- Fathurohman, M. I., & Nurhayati, H. (2022). Bauran Pemasaran Pada CV Amora Essential Oil Kabupaten Sukabumi. ... *Teknologi Dan Riset* <https://semnastera.polteksmi.ac.id/index.php/semnastera/article/view/527%0Ahttps://semnastera.polteksmi.ac.id/index.php/semnastera/article/viewFile/527/179>
- Ferdiana Fasha, A., Robi, M. R., & Windasari, S. (n.d.). *Determinasi Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli: Brand Ambassador Dan Brand Image (Literature Review Manajemen Pemasaran)*. 3(1), 2022. <https://doi.org/10.38035/jmpis.v3i1>
- Hanif, R. (2022). Pengaruh Celebrity Endorser Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Honda Vario 150. *Jurnal Ekobistek*, 168–174. <http://dx.doi.org/10.35134/ekobistek.v11i4.459%0Ahttps://jman-upiypk.org/ojs/index.php/ekobistek/article/download/459/210>
- Hendayana, Y., & Sari, A. M. E. (2021). Pengaruh Kepercayaan Konsumen Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengguna Jne Express Pondok Gede.

- Mediastima*, 27(2), 153–169. <https://doi.org/10.55122/mediastima.v27i2.294>
- Ismayana, S., & Hayati, N. (2018). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Lipstik Pixy. *Jurnal Sains Manajemen & Akuntansi*, VIII(2), 1–10. <http://ojs.stan-im.ac.id/index.php/JSMA/article/view/30>
- Jansen, F. Y., Worang, F. G., & Arie, F. V. (2022). Keputusan Pembelian Konsumen Smartphone Samsung Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Unsrat 2019-2020 the Effect of Brand Equity , Brand Image , and Product Quality on Consumer Purchase Decisions on Samsung Smartphone Products on Students of the Fac. *Jurnal EMBA*, 10(1), 279–288.
- Jinan, S. N. (2022). *Analisis brand image merek lokal ventela shoes. December*, 0–9.
- Kerin, S. M., & Musadad, A. (2022). Pengaruh Digital Marketing dan Celebrity Endorsement Terhadap Keputusan Pembelian Produk Erigo di Kota Cirebon. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 8(September), 498–510.
- Kotler, P., & Keller, K. (2016). *Marketing Management (15th Ed)*. Edinburgh Gate, Harlow, England: Pearson Education.
- Matheos, M. I., Soepono, D., & Raintung, M. C. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah Pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Sam Ratulangi Manado. *Jurnal EMBA*, 10 No. 1(1), 973–983.
- Maylita, S., & Hartati, R. (2022). “Pengaruh Celebrity Endorser, Brand Image, Dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlett Whitening ”

Stimykpn, 3(1), 1–22.

Noviyanti, I., & Rosalina, E. (2022). Pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian konsumen pada UD. Pleximo penjual sepatu di Kota Tangerang. *Fair Value: Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan*, 5(3), 1514–1524. <https://doi.org/10.32670/fairvalue.v5i3.2670>

Rauf, A., Kusdianto, K., & Gustiani, L. P. (2021). Pengaruh Celebrity Endorser Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Tas Merk Reloas Victory (Studi Pada Pengguna Instagram Di Kota Tangerang). *Dynamic Management Journal*, 5(1), 88. <https://doi.org/10.31000/dmj.v5i1.4136>

Rumondor, P. W., Tumbel, A. L., & Ogi, I. W. J. (2017). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Pada Rumah Kopi Dan Mie Toronata Di Kawangkoan. *Jurnal EMBA Vol.5 No.2 Juni 2017*, Hal. 1102 –1112, 5(2), 1102–1112.

Sabar, M., & Moniharapon, S. (2022). Pengaruh Media Sosial, Celebrity Endorser, Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Produk Ms Glow Di Kota Manado the Influence of Social Media, Celebrity Endorser, and Product Quality on Consumer Purchase Interest of Ms Glow Products in Manado Ci. *Poluan 422 Jurnal EMBA*, 10(4), 422–433.

Sangkardi, R., JFA Tumbuan, W., Tielung, M. V., Ekonomi dan Bisnis, F., & Menejemen Universitas Sam Ratulangi, J. (2022). *Pengaruh Celebrity Endorser dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Produk Wardah di Manado*. 5(2), 1306–1319.

Saputra, S. A., & Evelynna, F. (2022). Pengaruh Harga, Citra Merek, dan Celebrity

- Endorser Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sepatu Futsal Specs (Studi Kasus pada Pengguna Sepatu Futsal Merek Specs di Kebumen). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen*, 4(5), 585–596.
<https://jurnal.universitaspurabangsa.ac.id/index.php/jimmba/index>
- Sari, R. A., & Purwanto, S. (2022). Kajian Electronic Word Of Mouth (E-WOM) dan Promosi di Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Lipstik Viva Cosmetics di Kota Blitar. *Jurnal E-Bis*, 6(2), 543–554.
<https://doi.org/10.37339/e-bis.v6i2.944>
- Sugiharto, A., & Darmawan, M. F. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Janji Jiwa Coffee Citra Raya. *PAPATUNG: Jurnal Ilmu Administrasi Publik, Pemerintahan Dan Politik*, 4(2), 24–32. <https://doi.org/10.54783/japp.v4i2.454>
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Bisnis (pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi dan R&D)*. Alfabeta, cv.
- Sugiyono. (2017). *Metodelogi Penelitian*.
- Sujarweni. (2018). *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi Pendekatan Kuantitatif*.
- Sujarweni, V. W. (2018). *Metodologi Penelitian Bisnis Dan Ekonomi Pendekatan Kuantitatif*. PUSTAKABARUPRESS.
- 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>
- Ummat, R., & Hayuningtias, K. A. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Brand

Ambassador dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Nature Republic. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan*, 4(6), 2279–2291.

Wijayanti, M., Yuniati, T., Yoganingsih, T., & Indrawati, B. (2021). Pelatihan Pengelolaan Keuangan bagi Ibu PKK Bintara Jaya, Bekasi Barat Triana. *Jurnal Abdidas*, 2(3), 148–156.

Wulandari, S. A., Asiyah, S., & Mustapita, A. F. (2018). Pengaruh Celebrity Endorser, Promosi dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk MS Glow (Pada Mahasiswa FEB Prodi Manajemen Universitas Islam Malang). *E - Jurnal Riset Manajemen*, 12(01), 1150–1162.
<http://jim.unisma.ac.id/index.php/jrm/article/view/20096>

