

## DAFTAR PUSTAKA

- Andino Ferdinan. (n.d.). *PENGARUH CELEBRITY ENDORSER DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MALANG STRUDEL “ TEUKU WISNU ” ( DARI PERSPEKTIF MAHASISWA UNIVERSITAS BRAWIJAYA )* Oleh : Andino Ferdian Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya Malang Dosen Pembimbing Penggunaa.
- Anjeli, D., & Anggrainie, N. (2022). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Promosi, Celebrity Endorser dan Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Street Boba. *Jurnal Economics and Digital Business Review*, 3(2), 420–431.
- Arfatin Nurrahmah, M. P., Febri Rismaningsih, S. P. S. M. S., Ul'fah Hernaeny, M. P., Pd, L. P. M., Wahyudin, M. P., Pd, A. R. M., Fitri Yati, A. M. R. O. S. K. M. M. P., Lusiani, S. P. S. M. P., Dinar Riaddin, M. P., Dr. Jan Setiawan, S. S. M. S., & others. (2021). *Pengantar Statistika 1*. Media Sains Indonesia. <https://books.google.co.id/books?id=Vm1XEAAAQBAJ>
- Azahra, F., History, A., Pembelian, K., Beli, M., & Intention, P. (2023). Intervening Minat Beli Kfc Golden City Bekasi. *Jurnal Economina*, 2.
- Bagida et al. (2021). Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Beat pada CV . Lion Jailolo. *Jurnal Productivity*, 2(2), 146–151.
- Bailia, J. F. T., Soegoto, A. S., & Loindong, S. S. R. (2014). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Warung-Warung Makan Lamongan Di Kota Manado. *Jurnal EMBA*, 2(3), 1768–1780.
- Benito, S. M., Illera, A. E., & Fernández, E. O. (2020). Youtube celebrity endorsement: Audience evaluation of source attributes and response to sponsored content. A case study of influencer verdeliss. *Communication and Society*, 33(3), 149–166. <https://doi.org/10.15581/003.33.3.149-166>
- Bimantara, A. P., Yulianto, E., & Sunarti. (2015). Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Administrasi Bisnis S1 Universitas Brawijaya*, 18(1), 85352.
- Bowo, K. A., Hoyyi, A., & Mukid, M. A. (2013). ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PEMBELIAN DAN KEPUASAN KONSUMEN PADA NOTEBOOK MEREK ACER (Studi Kasus Mahasiswa Universitas Diponegoro). *Jurnal Gaussian*, 2(1), 29–38.
- Dahlioni, Y., & Ahwal, R. H. (2021). Kajian Pengaruh Kualitas Produk Harga, Lokasi, dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Gieselin Food Sukses Makmur di Jember. *Inovasi Penelitian*, 2(1), 181–189.

- Damadanti, M. M., & Alananto Iskandar, D. (2022). *Pengaruh Celebrity Endorser dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Bittersweet By Najla*. 8(4), 4178–4186.
- Daud, I., & Fitrianto, M. E. (2015). Peran Celebrity Endorser Dalam Membentuk. *Manajemen Dan Bisnis Sriwijaya*, 13(3), 359–376.  
<https://ejournal.unsri.ac.id/index.php/jmbs/article/view/3379/1804>
- Dr. Dikdik Harjadi, S. E. M. S., & Iqbal Arraniri, S. E. I. M. M. (2021). *Experiential Marketing \& Kualitas Produk dalam Kepuasan Pelanggan Generasi Milenial*. Penerbit Insania.  
<https://books.google.co.id/books?id=Kb5IEAAAQBAJ>
- Drs. Danang Sunyoto, S. H. S. E. M. M. (2012). *Konsep Dasar Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Media Pressindo.  
<https://books.google.co.id/books?id=hey9EAAAQBAJ>
- Ekonomi, F., Bhayangkara, U., Jln, J., Perjuangan, R., Mulya, M., & Utara, B. (n.d.). *ANALISA STRATEGI MARKETING DALAM MENGINDETIFIKASI DAN MEMILIH PASAR SASARAN PERUSAHAAN* Widi Winarso.
- Evan Jaelani. (2018). Pengaruh celebrity endorsement terhadap keputusan pembelian online pada konsumen produk x di Bandung. *Jurnal Sains Manajemen & Akuntansi*, 10(1), 1–8.
- Flanagin, A. J., & Metzger, M. J. (2007). The role of site features, user attributes, and information verification behaviors on the perceived credibility of web-based information. *New Media and Society*, 9(2), 319–342.  
<https://doi.org/10.1177/1461444807075015>
- Ganisasmara, N. S., & Mani, L. (2020). The Effect of Celebrity Endorsement, Review, and Viral Marketing on Purchase Decision of X Cosmetics. *Solid State Technology*, 63(5), 9679–9697.
- Haribowo, R., Bilgies, A. F., Verawaty, V., & ... (2022). Analisis Pengaruh Brand Image Dan Celebrity Endoser Terhadap Purchase Decision Produk Bakery Bittersweet By Najla. *Management ...*, 3(October), 3220–3230.  
<https://journal.yrpiiku.com/index.php/msej/article/view/1170%0Ahttps://journal.yrpiiku.com/index.php/msej/article/download/1170/784>
- Hariyanto, H. T., & Trisunarno, L. (2021). Analisis Pengaruh Online Customer Review, Online Customer Rating, dan Star Seller terhadap Kepercayaan Pelanggan Hingga Keputusan Pembelian pada Toko Online di Shopee. *Jurnal Teknik ITS*, 9(2). <https://doi.org/10.12962/j23373539.v9i2.56728>
- Hartati, E., Indriyani, R., & Trianingsih, I. (2020). Analisis Kepuasan Pengguna Website SMK Negeri 2 Palembang Menggunakan Regresi Linear Berganda. *MATRIK : Jurnal Manajemen, Teknik Informatika Dan Rekayasa Komputer*, 20(1), 47–58. <https://doi.org/10.30812/matrik.v20i1.736>
- Huang, Y., Li, C., Wu, J., & Lin, Z. (2018). Online customer reviews and

- consumer evaluation: The role of review font. *Information and Management*, 55(4), 430–440. <https://doi.org/10.1016/j.im.2017.10.003>
- Husna, A., Zuriani, Z., & Sumitro, S. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi, Harga, Kualitas Produk Dan Cita Rasa Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Ayam Geprek Warung Endus Sibuya. *Jurnal Valuasi: Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen Dan Kewirausahaan*, 1(2), 340–352. <https://doi.org/10.46306/vls.v1i2.24>
- Imron, I. (2019). Analisa Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Menggunakan Metode Kuantitatif Pada CV. Meubele Berkah Tangerang. *Indonesian Journal on Software Engineering (IJSE)*, 5(1), 19–28. <https://doi.org/10.31294/ijse.v5i1.5861>
- Kalangi, N. J., Tamengkel, L. F., & Walangitan, O. F. C. (2019). Pengaruh Celebrity Endorser Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Shampoo Clear. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 8(1), 44. <https://doi.org/10.35797/jab.8.1.2019.23499.44-54>
- Kawalo, O. R., Wenas, R. S., & Rogi, M. H. (2022). Pengaruh Electronic Word of Mouth, Harga, dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Pada Etsuko Kitchen Manado). *Jurnal EMBA: Jurnal Riset ...*, 10(4), 1340–1351. <https://ejournal.unsrat.ac.id/v3/index.php/emba/article/view/44009%0Ahttps://ejournal.unsrat.ac.id/v3/index.php/emba/article/download/44009/40216>
- Kholidah, N., & Arifiyanto, M. (2020). *FAKTOR-FAKTOR PENGAMBILAN KEPUTUSAN PEMBELIAN KOSMETIK BERLABEL HALAL*. Penerbit NEM. <https://books.google.co.id/books?id=lzwWEAAAQBAJ>
- Krisna Marpaung, F., Arnold S, M. W., Sofira, A., & Aloyna, S. (2021). Pengaruh Harga, Promosi, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Indomie Pada Pt. Alamjaya Wirasantosa Kabanjahe. *Jurnal Manajemen*, 7(1), 1–16. <http://ejournal.lmiimedan.net>
- Kumar, N., & Benbasat, I. (2006). The influence of recommendations and consumer reviews on evaluations of websites. *Information Systems Research*, 17(4), 425–439. <https://doi.org/10.1287/isre.1060.0107>
- Kusuma, R. W., & Suwitho. (2015). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Fasilitas Dan Emosional Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 4(12), 1–17. <http://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jirm/article/view/3143>
- Kusumastuti, A., Ahmad Mustamil Khoiron, M. P., & Taofan Ali Achmadi, M. P. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Deepublish. <https://books.google.co.id/books?id=Zw8REAAAQBAJ>
- Latief, F., & Ayustira, N. (2020). Pengaruh Online Costumer Review dan Customer Rating terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik di

- Sociolla. *Jurnal Mirai Managemnt*, 6(1), 139–154.  
<https://journal.stieamkop.ac.id/index.php/mirai>
- Latiff, Z. A., & Safiee, N. A. S. (2015). New Business Set Up for Branding Strategies on Social Media - Instagram. *Procedia Computer Science*, 72, 13–23. <https://doi.org/10.1016/j.procs.2015.12.100>
- Lina Nurhayati, & R.A Nurlinda. (2022). Pengaruh Celebrity Endorser dan Customer Online Review pada Minat Beli Melalui Customer Trust di Tokopedia. *Jurnal Multidisiplin Madani*, 2(10), 3697–3705.  
<https://doi.org/10.55927/mudima.v2i10.1507>
- M, M. D., & Iskandar, D. A. (2022). Pengaruh Celebrity Endorser dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Bittersweet By Najla. *KALBISIANA Jurnal Sains, Bisnis Dan Teknologi*, 8(4), 4178–4186.
- Maudya, A. (2022). Analisis Pengaruh Celebrity Endorsement, Kualitas Produk dan Packaging terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada Produk Skincare Klarity). *Jurnal Ekonomi Bisnis Indonesia*, 17(1), 1–17.
- Melián-González, S., Bulchand-Gidumal, J., & González López-Valcárcel, B. (2013). Online Customer Reviews of Hotels: As Participation Increases, Better Evaluation Is Obtained. *Cornell Hospitality Quarterly*, 54(3), 274–283. <https://doi.org/10.1177/1938965513481498>
- Merek, C., Konsumen, U., Kualitas, D. A. N., Id, J., Generasi, P., Bekasi, Z. D. I., Syamsiyah, A. N., & Winarso, W. (2023). *Citra merek, ulasan konsumen, dan kualitas produk terhadap minat beli celana jeans jiniso.id pada generasi z di bekasi*. 19(1), 54–62.
- Mudambi, S. M., & Schuff, D. (2010). What makes a helpful online review? A study of customer reviews on amazon.com. *MIS Quarterly: Management Information Systems*, 34(1), 185–200. <https://doi.org/10.2307/20721420>
- Nasution, H. F. (2018). PENGARUH KEMUDAHAN DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK PAKAIAN SECARA ONLINE (Studi Kasus Mahasiswa Belanja Online Pada FEBI IAIN Padangsidempuan). *At-Tijarah: Jurnal Ilmu Manajemen Dan Bisnis Islam*, 4(1), 26. <https://doi.org/10.24952/tijarah.v4i1.1082>
- Nihmatus Solikhah, A., & Krishernawan, I. (2022). Pengaruh Celebrity Endorser, Daya Tarik Iklan, dan Electronic Word of Mouth terhadap Keputusan Pembelian Di E-Commerce Shopee (Studi Kasus Pada Pengguna E-Commerce Shopee Di Universitas Mayjen Sungkono Mojokerto). *Jurnal Jaemb*, 2(2), 154–166.
- Nikmatur, R. (2017). Proses Penelitian, Masalah, Variabel dan Paradigma Penelitian. *Jurnal Hikmah*, 14(1), 63.
- Nilammadi, W. O. M. (2021). Hubungan Celebrity Endorsement Terhadap Keputusan Pembelian Pada Shopee Dan Tokopedia. *Jurnal Bisnis Dan*



- Kajian Strategi Manajemen*, 5(1), 1–13.  
<https://doi.org/10.35308/jbkan.v5i1.3045>
- Nizam, M. F., Mufidah, E., & Fibriyani, V. (2020). Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Inovasi Produk Dan Keunggulan Bersaing Terhadap Pemasaran Umkm. *Jurnal EMA*, 5(2), 100–109.  
<https://doi.org/10.47335/ema.v5i2.55>
- Novianti, T. A. (2020). *PENGARUH CELEBRITY ENDORSER DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN*. 1(2018), 43–50.
- Nugroho, AW; Sudaryanto, B. (2013). Pengaruh Kinerja Layanan, Kepercayaan Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Konsumen Dalam Menggunakan Jasa Pengiriman Barang. *Diponegoro Journal of Management*, 2(3), 1–9.  
<http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr>
- Oscar, B., & Megantara, H. C. (2020). Pengaruh Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Muslim Army. *Jurnal Bisnis Dan Pemasaran*, 10(1), 1–12. [www.kompas.com](http://www.kompas.com)
- Prabowo, A. A. A. dan P. S. (2019). Kata kunci 3. *Kinabalu*, 11(2), 50–57.
- Pratama Putra, D., Suprihartini, L., & Kurniawan, R. (2021). Celebrity Endorser, Online Customer Review, Online Customer Rating Terhadap Keputusan Pembelian dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening pada Marketplace Tokopedia. *Bahtera Inovasi*, 5(1), 57–65.  
<https://doi.org/10.31629/bi.v5i1.3800>
- Program, D., Pendidikan, S., Sekolah, G., & Dharma, U. S. (n.d.). *Buku teknik penyusunan instrumen penelitian*.
- Purbohasuti, A. wahyuni, & Hidayah, A. A. (2020). Meningkatkan Minat Beli Produk Shopee Melalui Celebrity Endorser. *Jurnal Bisnis Terapan*, 4(1), 37–46. <https://doi.org/10.24123/jbt.v4i1.2480>
- Rahmani, R. G., & Bursan, R. (2022). Pengaruh Celebrity Endorsement, Brand Image dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Produk. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 10, 51–60. <https://doi.org/10.23960/jbm.v18i0.408>
- Rahmawati, A. I. (2021). Pengaruh Online Customer Review, Online Customer Rating Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Online (Studi Kasus Pada Mahasiswa Feb Universitas Pgrri Semarang) Anna. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Bisnis Dan Ekonomi Kreatif*, 1(1), 18–23.
- Riyanjaya, N. A., & Andarini, S. (2022). Pengaruh Online Customer Review dan Online Customer Rating Terhadap Minat Beli Produk Wardah Di Situs Belanja Online Shopee. *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 3(5), 927–944. <https://doi.org/10.47467/elmal.v3i5.1179>
- Rose, S., Hair, N., & Clark, M. (2011). Online Customer Experience: A Review of the Business-to-Consumer Online Purchase Context. *International Journal*

*of Management Reviews*, 13(1), 24–39. <https://doi.org/10.1111/j.1468-2370.2010.00280.x>

- Setyo, P. E. (2017). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen “Best Autoworks.” *PERFORMA: Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 1(6), 755–764.
- Shimp, T. A. (2003). *Periklanan Promosi Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Erlangga.
- Soraya, N. C. T., & Novi Marlina. (2020). Pengaruh Word Of Mouth Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Di Rumah Makan Bebek Sinjay Bangkalan. *Jurnal Penelitian Ilmu Manajemen (JPIM)*, 5(3), 229–245. <https://jurnalekonomi.unisla.ac.id/index.php/jpim>
- Sriyanto, A., & Utami, D. A. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek dan Kualitas Layanan terhadap Keputusan Pembelian Produk Dadone di Jakarta. *Ekonomika Dan Manajemen*, 5(2), 163–175.
- Syah, M. A., & Indriani, F. (2020). Analisis Pengaruh Online Customer Review Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Produk Konsumen (Studi Kasus pada Pengguna Famaledaily Indonesia). *Diponegoro Journal of Management*, 9(3), 1–9. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr>
- Tessa Surya Ningsih, & Siska Lusya Putri. (2020). Jurnal Ekonomi dan Bisnis Dharma Andalas Pengaruh Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Produk Erigo Melalui Instagram). *Bisnis Dharma Andalas*, 22(2), 348.
- Tokopedia, D. I. (2021). *Analisis pengaruh online customer review dan rating terhadap minat beli produk elektronik di tokopedia*. 2(1).
- Trenz, M., & Berger, B. (2013). Analyzing online customer reviews - An interdisciplinary literature review and research agenda. *ECIS 2013 - Proceedings of the 21st European Conference on Information Systems*.
- Udo, M. I., & Nwulu, S. C. (2015). A theoretical reflection of celebrity endorsement in Nigeria Milford I Udo Department of Marketing Rivers State University of Science and Technology. *International Journal of Business and Economic Development*, 3(2), 81–92.
- Wasitaningrum, T., & Nur Cahya, H. (2022). Pengaruh Celebrity Endorser, Brand Image, dan Kualitas Produk terhadap Minat Beli Konsumen Produk Scarlett Whitening Article Information. *Jekobs*, 1(1), 58–70.
- Wekke Suardi, I. dkk. (2019). Metode Penelitian Sosial. In *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952.
- Willemsen, L. M., Neijens, P. C., Bronner, F., & de Ridder, J. A. (2011). “Highly recommended!” The content characteristics and perceived usefulness of online consumer reviews. *Journal of Computer-Mediated Communication*,

17(1), 19–38. <https://doi.org/10.1111/j.1083-6101.2011.01551.x>

Winarso, W., Sinaga, J., Syarief, F., Untari, D. T., Supardi, & Mulyadi. (2023). THE IMPACT OF SOCIAL MEDIA AND INNOVATION STRATEGY ON THE MARKETING PERFORMANCE OF SMALL AND MEDIUM SIZED ENTERPRISES (SMEs) IN BEKASI CITY, INDONESIA. *International Journal of Professional Business Review*, 8(5), 1–14. <https://doi.org/10.26668/businessreview/2023.v8i5.1688>

Yusuf, R., Hendawati, H., & Wibowo, L. A. (2020). Pengaruh Konten Pemasaran Shoppe Terhadap Pembelian Pelanggan. *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 1(2), 506–515. <https://doi.org/10.38035/JMPIS>

Zhafirah, A., & Majidah, &. (2019). Analisis Determinan Financial Distress (Studi Empiris Pada Perusahaan Subsektor Tekstil dan Garmen Periode 2013-2017). *Jurnal Riset Akuntansi Dan Keuangan*, 7(1), 195–202. <https://doi.org/10.17509/jrak.v7i1.15497>

Zipporah, M. M., & Mberia, H. K. (2014). The Effects OF Celebrity Endorsement in Advertisements. *International Journal of Academic Research in Economics and Management Sciences*, 3(5), 178–188. <https://doi.org/10.6007/ijarems/v3-i5/1250>