

Daftar Pustaka

- Bramantya, Y. dan Jatra, I. (2016) “Pengaruh Celebrity Endorser Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Yamaha Jupiter Mx Di Kota Denpasar,” *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 5(3), hal. 255237. Tersedia pada: [http://download.garuda.kemdikbud.go.id/article.php?article=1371301&val=989&title=Pengaruh Celebrity Endorser Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Yamaha Jupiter Mx Di Kota Denpasar](http://download.garuda.kemdikbud.go.id/article.php?article=1371301&val=989&title=Pengaruh%20Celebrity%20Endorser%20Dan%20Brand%20Image%20Terhadap%20Keputusan%20Pembelian%20Yamaha%20Jupiter%20Mx%20Di%20Kota%20Denpasar).
- Brilliany, E. *et al.* (2022) “Pengaruh Celebrity Endorser , Citra Merek Dan Kepercayaan Merek,” *Jurnal Riset Manajemen Dan Akuntansi*, 2(1).
- Hamdan Ananta Ihza Mahendra, K.A.S.P. (2022) “Peran Endorser Selebriti, Citra Merek, Dan Kepercayaan Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pakaian Erigo,” *Journal of Business and Applied Management*, 15(1), hal. 19–34.
- Hasyim, M., Fauzi, A. dan Fanani, D. (2017) “Pengaruh Citra Merek Terhadap Word Of Mouth Dan Keputusan Pembelian (Survei pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Jurusan Administrasi Bisnis Angkatan 2014/2015-2015/2016 Pembeli Handphone Samsung Galaxy),” *Jurnal Administrasi Bisnis S1 Universitas Brawijaya*, 43(1), hal. 148–156.
- Indika, D.R. dan Jovita, C. (2017) “Media Sosial Instagram Sebagai Sarana Promosi Untuk Meningkatkan Minat Beli Konsumen,” *Jurnal Bisnis Terapan*, 1(01), hal. 25–32. doi:10.24123/jbt.v1i01.296.
- Iswandi, M. dan S.E. (2020) “Pengaruh Kepercayaan Merek, Kesadaran Merek Dan Persepsi Kualitas Terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan Di Supermarket Gelael MT Haryono,” *jurnal keuangan dan bisnis*, 4(1), hal. 1–9. Tersedia pada: <https://pesquisa.bvsalud.org/portal/resource/en/mdl-20203177951%0Ahttp://dx.doi.org/10.1038/s41562-020-0887-9%0Ahttp://dx.doi.org/10.1038/s41562-020-0884-z%0Ahttps://doi.org/10.1080/13669877.2020.1758193%0Ahttp://serisc.org/journals/index.php/IJAST/article>.
- Khasanah, S.H., Ariani, N. dan Argo, J.G. (2021) “Analisis Citra Merek, Kepercayaan Merek, dan Kepuasan Merek terhadap Loyalitas Merek,” *Prosiding Konferensi Riset Nasional Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi*, 2, hal. 394–411.
- Khasanah, S.W.M. dan Sudarwanto, T. (2021) “Pengaruh Harga dan Kepercayaan Merek terhadap Keputusan Pembelian Hand Sanitizer Dettol secara online pada masa pandemi Covid-19 di Surabaya,” *Jurnal Pendidikan Tata Niaga*, 9(3), hal. 1383–1389. Tersedia pada: <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/jptn/article/download/40949/35359>.
- Nuraini, A. (2015) *Pengaruh Celebrity Endorser Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Citra Merek Pada Kosmetik Wardah Di Kota Semarang*.
- Rahmani, R.G. *et al.* (2022) “Pengaruh Celebrity Endorsement , Brand Image Dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Produk (Studi pada Somethinc by Irene Ursula),” *jurnal ilmiah ekonomi dan bisnis*, 10, hal. 431–438.
- Rinawati, G.A., Agung, A.A.P. dan Anggraini, N.P.N. (2021) “Pengaruh Celebrity Endorser

- Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Freshcare Di Kota Denpasar,” *Jurnal EMAS*, 2(1), hal. 98–106.
- Sakinah, N.L. dan Suhardi, D. (2018) “Citra Merek, Kepercayaan Merek Dalam MewujudkanLoyalitas Merek Produk Aqua,” *Indonesian Journal of Strategic Management*, 1(1). doi:10.25134/ijsm.v1i1.839.
- Setiawan, L. (2018) “Pengaruh Celebrity Endorsement Terhadap Purchase Intention Dengan Brand Awareness Sebagai Variabel,” *jurnal manajemen pemasaran*, 12(1), hal. 53–59.doi:10.9744/pemasaran.12.1.53.
- Setyawati, N.L. dan H.A. (2022) “Pengaruh Celebrity Endorser , Brand Image , Brand Trust dan Variety of Selection Terhadap Minat Beli Body Lotion Scarlett Whitening,” *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 4(1), hal. 97–111.
- Suntoro, W. dan Silintowe, Y.B.R. (2020) “Analisis Pengaruh Pengalaman Merek, Kepercayaan Merek, dan Kepuasan Merek terhadap Loyalitas Merek,” *Maneggio: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 32(1), hal. 25–41. Tersedia pada: <http://ojs.uajy.ac.id/index.php/modus/article/view/3194>.
- Supriyanto, E. (2015) “Analisis Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualiti Tas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Membeli Sepeda Motor Di Budi Agung Motor Karanganyar.”
- Syafira, D. *et al.* (2022) “Pengaruh Celebrity Endorser , Citra Merek Dan Kepercayaan Produk Scarlett Whitening (Studi Kasus Pengguna Scarlett Whitening),” *Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah*, 5(2), hal. 1148–1160.
- Wicaksono, M.A. (2018) “Pengaruh desain produk dan celebrity endorser terhadap keputusan pembelian honda new sonic 150r (studi pada pengguna honda new sonic 150r di Kota Surabaya,” *Jurnal Ilmu Manajemen (JIM)*, 6, hal. 1–8. Tersedia pada: <https://jurnalmahasiswa.unesa.ac.id/index.php/jim/article/viewFile/22625/20747>.
- Syahrie, F. Z. (2021). *Analisis Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Brand Image Sebagai Variabel Intervening Pada Produk Kecantikan Scarlett Whitening* (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Malang).