

## DAFTAR PUSTAKA

- Amilia, S. (2017). *Pengaruh Citra Merek , Harga , dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Xiaomi di Kota Langsa*. 6(1).
- Beli, M., Cv, K., & Label, Q. (2021). *PENGARUH IKLAN ONLINE DAN DESAIN PRODUK TERHADAP*. 5.
- Cempena, I. B., & Febryono, D. (2016). Pengaruh Selebriti Pendukung Iklan Melalui Daya Tarik Dan Kredibilitas Terhadap Citra Merek Nutrisari Oleh Mahasiswa Universitas 17 Agustus 1945 (Untag) Surabaya. *JEM17: Jurnal Ekonomi Manajemen*, 1(1). <https://doi.org/10.30996/jem17.v1i1.665>
- Ciceu Niar. (2019). Pengaruh Desain Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Mezora. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 3(3), 551–561.
- Citra, P., Dan, M., Endorser, C., Pembelian, K., Wardah, P., & Matte, E. (2019). *Pengaruh citra merek dan celebrity endorser terhadap keputusan pembelian produk wardah exclusive matte lipcream*. 7, 307–315.
- Desty Wulandari, R., & Alananto Iskandar, D. (2018). Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Kosmetik. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 3(1), 11–18.
- Dharma, N., & Sukaatmadja, I. (2015). Pengaruh Citra Merek, Kesadaran Merek, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Membeli Produk Apple. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 4(10), 255281.
- Effendi, M., Susastro, Y., Prawiro, H., & Wijayanto, A. (n.d.). *LOYALITAS PELANGGAN KARTU INTERNET SIMPATI TELKOMSEL Pendahuluan Kerangka Teori*. X(2), 1005–1014.
- Handayani, J., Derriawan, D., & Hendratni, T. W. (2020). *Pengaruh desain produk terhadap keputusan pembelian dan dampaknya pada kepuasan konsumen Shopping Goods*. 10(1), 91–103. <https://doi.org/10.14414/jbb.v10i1.2261>
- Hani, S., Marwan, A., & Andre, A. (2018a). The effect of celebrity endorsement on consumer behavior: Case of the Lebanese jewelry industry. *Arab Economic and Business Journal*, 13(2), 190–196. <https://doi.org/10.1016/j.aebj.2018.11.002>
- Hani, S., Marwan, A., & Andre, A. (2018b). The effect of celebrity endorsement on consumer behavior: Case of the Lebanese jewelry industry. *Arab Economic and Business Journal*, 13(2), 190–196. <https://doi.org/10.1016/j.aebj.2018.11.002>
- 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>
- Ismayanti, N. M., & Santika, I. W. (2017). Pengaruh Celebrity Endorser, Brand Image, Kualitas Produk Terhadap Niat Beli Sepatu Olahraga Nike di Kota Denpasar. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 6(10), 5720–5747.
- Kaligis, T. I., Mandey, S. L., & Roring, F. (2021). Evaluasi Strategi Bauran Pemasaran Pada Rumah Makan Box Weal Manado. *Jurnal EMBA*, 9(3),

1775–1785.

- Lia, S. (2022). No Title הכינים לנגד שבאמת מה את לראות קשה הרץ. *הארץ*, 3(8.5.2017), 2003–2005. <https://www.who.int/news-room/fact-sheets/detail/autism-spectrum-disorders>
- Manajemen, J., Celebrity, P., Image, B., Keputusan, T., Ardianti, C., Salam, A., Nuryani, H. S., Ekonomi, F., & Teknologi, U. (2019). *PENGARUH CELEBRITY ENDORSER DAN BRAND IMAGE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI INSTAGRAM ( Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Teknologi Sumbawa Angkatan Tahun 2016 Sampai Dengan Tahun 2018 )*. 1–9.
- Manajemen, J., Insani, M., & Bisnis, D. A. N. (2020). *JURNAL MANAJEMEN MODAL INSANI DAN BISNIS (JMMIB)e-ISSN 2723-424X //Volume//1//Nomor//1//Juli //2020// Website: www.jurnal.imsi.or.id*. 137–145.
- Marselina, D., & Siregar, E. H. (2017). Pengaruh Celebrity Endorser terhadap Brand Image pada Kosmetik Wardah di Bogor. *Jurnal Manajemen Dan Organisasi*, 8(1), 15–27. <https://doi.org/10.29244/jmo.v8i1.18598>
- Mukarromah, D. S., Rofiah, C., Mukarromah, D. S., Rofiah, C., Produk, D., Produk, K., & Pembelian, K. (2019). *Pengaruh Citra Merek, Desain Produk Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Merek Bata*. 2(1), 27–36.
- Nathaniel, S., Wijaya, C., Bisnis, P. M., Manajemen, P. S., Bisnis, F., & Siwalankerto, J. (2020). *PENGARUH CELEBRITY ENDORSEMENT TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI BRAND IMAGE PADA PRODUK SPORTSWEAR MEREK UNDER ARMOUR*. 8(2).
- Nurchaya, I. K. (2015). *PENGARUH CELEBRITY ENDORSER , BRAND IMAGE , BRAND TRUST TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN CLEAR SHAMPOO DI KOTA DENPASAR Ni Made Rahayu Wulandari 1 Fakultas Ekonomi Universitas Udayana ( Unud ), Bali , Indonesia PENDAHULUAN Pertumbuhan dan perubahan ekonomi se*. 4(11), 3909–3935.
- Pada, S., Desstore, K., & Serang, C. (2020). *ANALISIS PENGARUH CELEBRITY ENDORSER / BRAND AMBASADOR , HARGA DAN DESAIN PRODUK YANG DIMEDIASI OLEH CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI*. 3(1).
- Pengaruh, A., Produk, D., Produk, K., Kompetitif, H., Citra, D. A. N., Terhadap, M., Reven, D., & Ferdinand, A. T. (2017). ( *Studi Pada Pelanggan Nesty Collection Jakarta* ). 6, 1–15.
- Permatasari, B. (2019). Pengaruh Daya Tarik, Kepercayaan, Dan Keahlian Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian. *TECHNOBIZ : International Journal of Business*, 2(2), 76. <https://doi.org/10.33365/tb.v3i2.446>
- Prihartini, E., Mahiri, E. A., Hakim, A., Kurnadi, E., Endorse, C., & Konsumen, M. B. (2022). Pengaruh Brand Image Dan Celebrity Endorse Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Produk Toko Elzatta Majalengka. *Jurnal Co ...*, 775–783. <https://journal.ikopin.ac.id/index.php/co-management/article/view/2254%0Ahttps://journal.ikopin.ac.id/index.php/co-management/article/download/2254/1845>
- Putra, G., Arifin, Z., & Sunarti, S. (2017). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap

- Keputusan Pembelian Dan Dampaknya Terhadap Kepuasan Konsumen (Survei Pada Mahasiswa Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Administrasi Angkatan 2013 Dan 2014 Universitas Brawijaya Yang Melakukan Pembelian Paket Data Kampus). *Jurnal Administrasi Bisnis S1 Universitas Brawijaya*, 48(1), 124–131.  
<http://administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id/index.php/jab/article/view/1878>
- Rahanatha, L. D. M. G. B. (2015). *PENGARUH CELEBRITY ENDORSERS DAN PESAN IKLAN DI TELEVISI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA ES KRIM* Luh Dwi Mariyanti Gede Bayu Rahanatha<sup>2</sup> Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana ( Unud ), Bali , Indonesia Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas U. 4(10), 3093–3118.
- Ramadhani, I., & Nadya, P. S. (2020). Pengaruh Celebrity Endorser dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Fesyen Muslim Hijup. *Prosiding Konferensi Nasional Ekonomi Manajemen Dan Akuntansi (KNEMA)*, 1177(2776–1177), 1–14.
- Risna, R., Hamid, R. S., & Salju, S. (2020). Pengaruh Periklanan, Celebrity Endorser dan Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Shampo Sunsilk Hijab pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Palopo. *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, 4(1), 82–100.  
<https://doi.org/10.36778/jesya.v4i1.258>
- Rosandi, S., Sudarwanto, T., Pendidikan, P., Niaga, T., Ekonomi, J. P., & Ekonomi, F. (2014). Pengaruh Citra Merek Dan Desain Kemasan Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Produk Susu Ultra Studi Kasus Pada Cafetaria Srikandi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga*, 2(2), 1–16.
- Saidani, B., Rachman, M. A., & Rizan, M. (2018). Pengaruh Kualitas Produk dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Olahraga Futsal Adidas Di Wilayah Jakarta Timur. *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI)*, 4(2), 201–217.
- Sandra, B. D., & Rachman, M. M. (2021). Pengaruh Harga, Citra Merek dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Hijab di Galeri Elzatta Cabang Gayungsari Surabaya. *Journal of Sustainability Bussiness Research (JSBR)*, 2(2), 82–86.
- Selebriti, E. D., & Dan, C. M. (2022). *Efek dukungan selebriti, citra merek dan kepercayaan merek terhadap minat beli pelanggan instagram*. 556–563.
- Setyaningsih, D. K. (2020). PENGARUH CITRA MEREK, GAYA HIDUP HEDONIS DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN JILBAB RABBANI (Studi pada Santriwati Pondok Pesantren Ma'had Mambaul Qur'an Munggang Bawah di Wonosobo). *Journal of Economic, Business and Engineering (JEBE)*, 1(2), 311–318.  
<https://doi.org/10.32500/jebe.v1i2.1226>
- Studi, P., Bisnis, A., Ilmu, I., Stiarni, M., Ilmu, I., & Stiarni, M. (2021). *1303-3193-1-Sm (1)*. 1(1), 18–24.
- Studi, P., & Tata, P. (2018). *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN) ISSN : 2337-6708 Volume 01 Nomor 01 Tahun 2018 PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN DESAIN PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN BATIK TULIS JETIS SIDOARJO* Burhanuddin Firmansyah Harti Pengaruh

- Kualitas Produk dan Desain Produk. 01, 1–9.*
- Subagyo, W. H., & Safitri, Y. (2019). *PEMBELIAN ONLINE BUSANA MUSLIM DI INDUSTRI NANAD HIJAB. 13(2), 178–188.*
- Tengor, G., Kawet, L., & Loindong, S. (2016). Pengaruh Merek, Desain Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Iphone Studi Kasus Pada Mahasiswa Stie Eben Haezar Manado. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi, 16(4), 367–375.*  
<https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/jbie/article/view/13620/13206>
- Tumbel, A., Ekonomi, F., & Manajemen, J. (2018). *ANALISIS PENGARUH CITRA MEREK , HARGA DAN DESAIN PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MOBIL NISSAN GRAND LIVINA PADA PT . WAHANA WIRAWAN MANADO ANALYSIS OF THE INFLUENCE OF BRAND IMAGE , PRICE AND PRODUCT DESIGN ON THE. 6(3), 1518–1527.*
- Wangarry, C. L., Tumbel, A., Karuntu, M. M., Ekonomi, F., Manajemen, J., & Ratulangi, U. S. (2018). *PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR HONDA DI PT . HASJRAT ABADI RANOTANA THE INFLUENCE OF MARKETING MIXTURE ON PURCHASE DECISION OF HONDA MOTORCYCLE AT PT . HASJRAT ABADI RANOTANA. 6(4).*
- Widyaningrum, P. W. (2016). *PENGARUH LABEL HALAL DAN CELEBRITY ENDORSER TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ( SURVEI PADA KONSUMEN WARDAH DI PONOROGO ).*