

DAFTAR PUSTAKA

- Abi, Y.I. (2020) Pengaruh *Brand Image* dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian pada KFC di Kota Bengkulu. *Management Insight: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 15(1), 95-107.
- Agustina, R., Hinggo, H. T., & Zaki, H. (2023). Pengaruh *Brand Ambassador*, *E-Wom*, dan *Brand Trust* terhadap Keputusan Pembelian Produk Erigo. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Merdeka EMBRA*, 2(1), 433-443.
- Alistian, A., (2022) Pengaruh *Brand Ambassador* dan *Brand Image* Terhadap Minat Beli Produk Scarlett Whitening. *Jurnal Cendikia Ilmiah* Vol.1 No. 5.
- Anas , A.A., Sudarwanto, Tri. (2020) Pengaruh *Celebrity Endorser* terhadap Keputusan Pembelian di Eiger Store Royal Plaza Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga* Vol. 8, No. 3.
- Al-Djufrie, M.A. (2021) Pengaruh *Product Knowledg*, Harga, dan *Product Pacaging Design* terhadap Keputusan Pembelian Produk Parfum Artfresh. *jurnal Perfoma: Jurnal Manajemen dan Start-up Bisnis*, 6(5), 390-398.
- Arikunto, S. 2006. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, Jakarta: Rineka Cipta.
- Arianto, D.P.H., & Satrio, B.(2020). Pengaruh Produk ,Harga, Kualitas Pelayanan, Lokasi, *Store Atmosphere* terhadap Keputusan Pembelian Kopisae. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemne (JIRM)*, 9(6)
- Astuti, R.,& Febrianty, H. (2017). Faktor-Faktor yang mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen di Pasar Modern: Studi Kasus pasa Indomaret di Kecamatan Medan Denai Kota Medan. *Jurnal Riset Sains Manajemen*, 1(1), 35-42.
- Arianty, N., & Andira, A.(2021) Pengaruh *Brand Image* dan *Brand Awareness* terhadap Keputusan Pembelian. *Maneggio: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 4(1), 39-50.
- Bramantya, B. Y., Jatra, M., (2016) Pengaruh *Celebrity Endorser* dan *Brand Image* terhadap Keputusan Pembelian Yamaha Jupiter MX di Kota Denpasar. *Jurnal Manajemen Unud* Vol. 5, No. 3.
- Buntoro, D., Fathorrahman., & Pradiani, T. (2023). Pengaruh *Product Knowledge*, *Brand Image* dan *Celebrity Endorser* teradap Keputusan Pembelian Microfon Serunianaudio di PT. Seruni Karya Indonesia. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*.

- Christianto, K., & Harjanti, D. (2020). Pengaruh *Produk Knowledge* terhadap *Perchase Decision* dengan *Brand Awareness* sebagai variabel Intervening Pada Produk Tepung Bumbu Krispi Merek Si Buyung. *Agora*, 8(2).
- Djauhar, A., Tovan, T., & Suharlian, S. (2021), Pengaruh *Brand Image* terhadap Keputusan Pembelian Motor Yamaha di Kabupaten Morowali. *Sultra Journal Of Economic and Busisness*, 2(2), 69-80).
- Hasanah, N., Maduwinarti., A., & Mulyati, A.(2023). Pengaruh *Online Customer Review dan Product Knowledge* terhadap Keputusan Pembelian Produk Implora Melalui Shopee Pada Masyarakat di Kota Surabaya. *SOSIALITA.*, 2(2), 1633-1646
- Harman, A., Wahyini, O.B., & Goenawan, F.(2021) Efektifitas Penggunaan Paula Verhoeven Sebagai *Celebrity Endorser* Iklan Make Over di Youtube. *Jurnal e-Komunikasi*, 9(2).
- Hestyani, A.D.,&Sri, R.T.A. (2017). Pengaruh *Celebrity Endorser*, Daya Tarik Iklan, Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian dengan *Brand Image* sebagai Variabel Intervening (Konsumen Masker Mustika Ratu di Semarang). *Doctotal Dissertataion, Fakultas Ekonomi dan Bisnis*.
- Hutagaol, R.S.R., & Safrin, F.A.(2022) Penagruh *Celebrity Endorser* dan *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian pada produk *Scarlett Whitening*. *Journal Of Social Research*, 1 (7), 761-772.
- Huda, N.(2020) Pengaruh *Brand Image* terhadap Keputusan Pembelian Motor Matic Yamaha di Maskassar. *Jurnal ASY-Syarikah: Jurnal Lembaga Keuangan, Ekonomi dan Bisnis Islam*, 2(1), 37-43
- Khoiruman, M.,& Wariati,A. (2020). Analisis *Brand Awareness* Iklan Mie Sedap dengan Choi Siwon sebagai *Celebrity Endorser*. *BHIRAWA*, 5(1), 50-59)
- Kojongian, A.S., Tumbel, T.M., Walangitan. F. (2022) Pengaruh Variasi Produk dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian. *JURNAL Prpductivity Vol. 3, No. 2*.
- Kotler, & Keller. (2012) *Manajemen Pemasaran* (12th ed.). Jakarta: Erlangga
- Limartha, M.,& Erdiansyah, R. (2018). Pengaruh *Brand Equity* dan *Product Knowledge* terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Komunitas Hello Beauty Jakarta pada Produk Wardah. *Prologia*, 2(2), 426-233.
- Maharani, D.P.I., Wulandandari, A.P.M., Sunny, P.M. (2023) Pengaruh *Brand Preference* dan *Product Knowledge* Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Manajemen Kewrausahaan dan Pariwisata* Vol. 3 No. 3.

- Milano, A., Sutardjo, A., & Hadya, R. (2021). Pengaruh Kulaitas Produk, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Baju Batik di Toko “Florensia” Kota Sawahlunto. *Matua Jurnal*, 3(1), 13-24
- Martini, L.K.B., Sembiring, E., & Paulus, F. (2022) *Customer Online, Customer Rating dan Online Customer Review* terhadap Keputusan Pembelian di Toko Modeliafashion Pada Marketplace Tokopedia Jakarta. *Journal Of Applied Managenet and Accounting Science*, 4(1), 15-24.
- Miati, I. (2020) Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Kerudung Deenay (Studi Kasus Konsumen Gea Fashion Banjar). *Abiwara: Jurnal Vokasi Administrasi Bisnis*, 1(2), 71-83.
- Pamelia, A., & Sudarwant, T. (2022). Pengaruh *Kualtas Produk dan Brand Image* terhadap Keputusan Pembelian Motor Matic Jonda Beat (Studi Pada Perumahan Kria Permata ungu Sidoarjo). *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 10(1), 1554-1563.
- Putri, A. H., & Dayani, R. (2022) Pengaruh Pengetahuan Produk dan *Influencer* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlett Whitening. *Unram Manajemen Review*. 2(2), 281-289.
- Risna, R., Hamis, R.S., & Salju, S. (2021). Pengaruh Periklanan *Celebrity Endorser* dan Label Halal terhadap Keputusan Pembelian Shampo Sunsilk Hijab pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Palopo.
- Rosita, D., & Novitaningtyas, I. (2021). Penfaruh *Celebrity Endorser* dan *Brand Image* terhadap Keputusan Pembelian produk Wardah pada Konsumen Mahasiswa. *Jurnal Inovasi Bisnis dan Manajemen Indonesia*. 04, No. 04.
- Rinawati, S. G., Agung, P.A.A., Anggraini, N,P,N. (2021) Pengaruh *Celebrity Endorser* dan *Brand Image* terhadap Keputusan Pembelian *Freshcare* di Kota Denpasar. *Jurnal EMAS* Vol. 2, No. 1.
- Sanditya, R. (2019). Hubungan *Celebrity Endorser* dengan Keputusan Pembelian Produk Pakaian pada Konsumen secara Online di Media Sosial Instagram. *Psikoloborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 7(1), 100-104.
- Salim, S.H., Goh, S.T., Margery, E. (2022) Pengaruh Komunikasi pemasaran dan produk terhadap Keputusan Pembelian Di PT. Furnilux Indonesia. *Jurnal Bisnis Kolega* Vol.8, No. 1.
- Sugiyono. (2014). Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Tjondrokoesoemo, M. (2017). Pengaruh *Celebrity Endorser* terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Performa: Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*, 2(3), 287-295.

- Yazid, M. S., & Siswanto, T. (2023). Pengaruh *Product Knowledge* dan *Electronic Word Of Mouth* terhadap Keputusan Pembelian Produk Kecantikan Ms glow di Tangerang Selatan. *Jurnal Inovasi Manajemen dan Bisnis (JIMB)*, 2(2), 1-11.
- Yehezkiel, E. W., Ellitan, L., & Erwita, M. A. (2023). Pengaruh *Celebrity Endorser*, Daya Tarik Iklan, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Mie Gacoen Surabaya dengan *Brand Image* Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen*, 12(2), 98-108.
- Yolanda, R., & Soesanto, H. (2017). Pengaruh Kualitas Produk, Daya Tarik Promosi dan *Brand Ambassador* terhadap Keputusan Pembelian dengan Brand Image sebagai Variabel Intervening. *Doctoral Dissestation, Fakultas Ekonomika dan Bisnis*.