

DAFTAR PUSTAKA

- (LPMQ), LAJNAH Pentashihan Mushaf Al-Qur'an. *Qur'an KEMENAG*. Jakarta: Kementrian Agama Republik Indonesia, 2019.
- Abdi, Fathuddin, and Rofiqoh Ferawati. "Analisis Determinan Brand Dan Celebrity Endorser Pada Keputusan Pembelian Konsumen Di Outlet Rabbani Kota Jambi." *IJIEB: Indonesian Journal of Islamic Economics and Business* 3, no. 2 (2018): 1–17.
- Aji, Wiguna Wahyu. "Dampak Pelatihan Makanan Ringan Pada Kelompok Usaha Micro, Kecil Dan Menengah (UMKM) Bagi Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat Di Desa Sukaluyu Kecamatan Telukjambe Timur Kabupaten Karawang." *JoCE; Journal of Community Education* 2, no. 1 (2021).
- Algiffarya, M. Arief, Zakaria Wahabb, Muchsin Saggaff Shihabc dan Marlina Widiyanti. "Pengaruh Celebrity Endorser, Online Advertising dan Word of Mouth terhadap Minat Beli Konsumen pada E-Commerce Tokopedia". *Andalas Management Review* 4, no.2 (2020).
- Alzate, Miriam, Marta Arce-Urriza, and Javier Cebollada. "Mining the Text of Online Consumer Reviews to Analyze Brand Image and Brand Positioning." *Journal of Retailing and Consumer Services* 67, no. January (2022): 102989. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2022.102989>.
- Anas, Ahmad Aulia dan Tri Sudarwanto. "Pengaruh Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian Di Eiger Store Royal Plaza Surabaya". *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)* 8, no. 3 (2020).
- Anggelina, Radita Tri dan Vicky F Sanjaya. "Analisis Pengaruh Periklanan Dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian". *Business and Entrepreneurship Journal (BEJ)* 2, no. 2 (2021).
- Aprilia, A. D. dan N. Hidayati. "The Effect of Celebrity Endorsers on Purchase Decisions on the Fait Hijab Online Shop on Instagram". *Advances in Economics, Business and Management Research* 115, (2020).
- Astuti, Anindita Budi, Prodi Periklanan, Politeknik Negeri, and Media Kreatif. "ANALISIS STRATEGI PEMASARAN MEDIA SOSIAL PADA ONLINE SHOP." *JURNAL KREATOR*, 2016.
- Barokah, Siti, Oryz Agnu Dian Wulandari, Mulat Triwinoto Sari, and Ivan Fadhil Yuditama. "Optimalisasi Digital Marketing Melalui Facebook Ads Di Kelurahan Purwanegara." *Jurnal Abdimas BSI: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* 4, no. 1 (2021): 17–22.

- <https://doi.org/10.31294/jabdimas.v4i1.7085>.
- Bate'e, Maria Magdalena. "Pengaruh Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Di Toko Kaos Nias Gunungsitoli". *Jesya* 2, no. 2 (2019).
- Bramantya, Yan Bayu dan Made Jatra. "Pengaruh Celebrity Endorser Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Yamaha Jupiter Mx Di Kota Denpasar". *E-Jurnal Manajemen Unud* 5, no. 3 (2016).
- Cahaya, Fadlilah Mutia, Ida Aryati Diah Purnomo Wulan dan Ratna Damayanti, "Analisis Celebrity Endorsement, Variasi Produk, Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Rabbani". *JURNAL ILMU MANAJEMEN* 9, no. 1 (2019).
- Darma, Budi. *Statistika Penelitian Menggunakan SPSS (Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Regresi Linier Sederhana, Regresi Linier Berganda, Uji t, Uji F, R2)*. Bogor: Guepedia, 2021.
- Darmawan, Deni. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Pt.Remaja Rosdakarya, 2016.
- Dewa, Chriswardana Bayu, and Lina Ayu Safitri. "Pemanfaatan Media Sosial Tiktok Sebagai Media Promosi Industri Kuliner Di Yogyakarta Pada Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Akun TikTok Javafoodie)." *Khasanah Ilmu - Jurnal Pariwisata Dan Budaya* 12, no. 1 (2021): 65–71. <https://doi.org/10.31294/khi.v12i1.10132>.
- Dewi, Nuning Nurma dan Achmad Fathoni Rodly. *Komunikasi Bisnis*. Surabaya: Scopindo Media Pustaka, 2022.
- Dewi, Retry Nanda Tiara. "Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek Dan Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Melalui Minat Beli Sebagai Variabel Intervening". *eJournal Administrasi Bisnis* 7, no. 4 (2019).
- Diphayana, Wahono. *Perdagangan Internasional*. Yogyakarta: Deepublish Publisher, 2018. <https://books.google.co.id/books?id=NJvFDwAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=id#v=onepage&q&f=false>.
- Duli, Nikolaus. *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Beberapa Konsep Dasar Untuk Penulisan Skripsi & Analisis Data dengan SPSS*. Sleman; Deepublish, 2019.
- Duli, Nikolaus. *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Beberapa Konsep Dasar Untuk Penulisan Skripsi & Analisis Data dengan SPSS*. Sleman; Deepublish, 2019.
- Fahira, Luwisca dan Syahputra. "Pengaruh Brand Image Dan Lifestyle terhadap Keputusan Pembelian Cold'nbrew". *JIMEA Jurnal*

- Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, dan Akuntansi)* 5, no. 3 (2021).
- Febrian, Reni dan Mirza Abdi Khairusy. “Analisis pengaruh Celebrity endorser/ Brand Ambassador, harga dan desain produk yang dimediasi Oleh citra merek terhadap keputusan pembelian di Online shop Shopee”. *Jurnal Pendidikan, Akuntansi dan Keuangan Universitas Banten Jaya* 3, no. 1 (2020).
- Febry, Timotius dan Teofilus. *SPSS Aplikasi pada Penelitian Manajemen Bisnis*. Bandung: Media Sains Indonesia, 2020.
- Fitri, Safira dan Rezi Erdiansyah. “Analisis Pengaruh Daya Tarik Iklan, Kualitas Pesan Iklan, dan Selebriti Endorser terhadap Keputusan Pembelian Uniqlo”. *Prologia* 6, no. 1 (2022).
- Ghozali, Imam. *25 Grand Theory Teory Besar Ilmu Manajemen, Akuntansi dan Bisnis*. Semarang: Yoga Pratama, 2020.
- Ghozali, Imam. “*Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 19*”. Semarang: UNDIP, 2011.
- Halim, Kezia Stephanie, and Wulan Purnama Sari. “Pengaruh Iklan Scarlett Whitening Di Aplikasi TikTok Terhadap Brand Awareness Generasi Z.” *Prologia* 6, no. 1 (2022): 6. <https://doi.org/10.24912/pr.v6i1.10252>.
- Hani, Safi, Azouri Marwan, and Azouri Andre. “The Effect of Celebrity Endorsement on Consumer Behavior: Case of the Lebanese Jewelry Industry.” *Arab Economic and Business Journal* 13, no. 2 (2018): 190–96. <https://doi.org/10.1016/j.aebj.2018.11.002>.
- Hardani, dkk. *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*. Yogyakarta: Cv. Pustaka Media, 2020.
- Hermawan, Iwan. *Metode Penelitian Pendidikan Kuantitatif, Kualitatif, dan Mixed Metode*. Kuningan: Hidayatul Quran Kuningan, 2019.
- Intan, Dhani Sheila dan Sri Harjdanti. “Analisis Pengaruh Celebrity Endorse Rizky Febian Terhadap Minat Pembelian Produk Teh Kotak Rasa Buah (Studi Kasus Pada Masyarakat Kabupaten Bantul)”. *Jurnal Fokus* 10, no.2 (2020).
- Irawan, Agus, Anita Hasna, and Pahlevi Reza. “Sistem Informasi Perdagangan Pada PT Yoltran Sari Menggunakan Php Berbasis Web.” *Jurnal POSITIF* 1, no. 2 (2016): 8–15.
- Iye, Risman, Susiati Susiati, and Karim Karim. “Citra Perempuan Dalam Iklan Sabun Shinzui.” *Sang Pencerah: Jurnal Ilmiah Universitas Muhammadiyah Buton*, 2020. <https://doi.org/10.35326/pencerah.v6i1.529>.
- Jatmiko, Muhamad Roby. “Analisis Pengaruh Celebrity Endorser, Brand Image Dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian

- Shampoo Dove Di Semarang”. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis STIE Anindyaguna* 3, no. 1 (2021).
- Kalangi, Natalia Junni, Lucky F. Tamengkel, and Olivia F. C. Walangitan. “Pengaruh Celebrity Endorser Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Shampoo Clear.” *JURNAL ADMINISTRASI BISNIS*, 2019. <https://doi.org/10.35797/jab.8.1.2019.23499.44-54>.
- Kamil, Arreza Insan dan Nova Adhitya Ananda. “Minat Beli Susu L-Men Yang Dipengaruhi Brand Image Dan Celebrity Endorser Pada Masyarakat Kecamatan Unter Iwes”. *JMB* 4, no.2 (2020).
- Kato, Takumi. “Factors of Loyalty across Corporate Brand Images, Products, Dealers, Sales Staff, and after-Sales Services in the Automotive Industry.” *Procedia Computer Science* 192, no. 2019 (2021): 1411–21. <https://doi.org/10.1016/j.procs.2021.08.144>.
- “KBBI Daring”, <https://kbbi.kemdikbud.go.id>.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga, 2008.
- Kurniasih, Dedeh. *Kepuasan Konsumen Studi Terhadap Word Of Mouth Kualitas Layanan Dan Citra Merek*. Banten: Bintang Sembilan Visitama, 2021.
- Kurniawan, Ari. “Muamalah Bisnis Perdagangan Syariah.” *JUSTITIA JURNAL HUKUM*, 2017. <https://doi.org/10.30651/justitia.v1i1.601>.
- Mahendra, Hamdan Ananta Ihza dan Kartika Anggraeni Sudiono Putri. “Peran Endorser Selebriti, Citra Merek, Dan Kepercayaan Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pakaian Erigo (Studi Pada Mahasiswa Di Kota Malang)”, *Journal of Business and Applied Management* 15, no. 1 (2022).
- Mahmud. *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: Pustaka Setia, 2011.
- Maydiana, Sherin, and Hendry Cahyono. “Etika Bisnis Islam Dalam Era Bisnis Kekinian (Studi Kasus Kedai Kopi DISKUUPI Surabaya).” *Jurnal Ekonomika Dan BisnisIslam* 3, no. 2 (2020): 210–21.
- Muflih, Muhammad. *Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Ilmu Ekonomi Islam*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2006.
- Muhammad. *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam (Pendekatan Kuantitatif)*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2013.
- Musak, Billy, Silvy Mandey, and Yunita Mandagie. “PENGARUH DAYA TARIK IKLAN DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KARTU XL AXIATA PAKET DATA DI LINGKUNGAN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS SAM

- RATULANGI.” *Jurnal EMBA* 6, no. 4 (2018): 2948–57.
- Nasution, Sangkot. “VARIABEL PENELITIAN”. *Program Studi Pendidikan Guru Raudhatul Athfal (PGRA)* 5, no. 2 (2017).
- Ningsih, Cici Suasti, and Lik Anah. “Pengaruh Brand Image , Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Minat Beli Produk Oriflame (Studi Kasus Pada Mahasiswa Di Universitas Hasyim Asy ’ Ari Jombang) PENDAHULUAN Saat Ini Persaingan Antar Pasar Industri Dan Kosmetik Yang Semakin Kompetitif . Ini Dib.” *Journal of Business and Innovation Management* 3, no. 2 (2021): 165–84.
- Nugroho, Eko. *Prinsip-Prinsip Menyusun Kuesioner*. Malang: UB Press, 2018.
- Nugroho, Septiyo Aji dan Mudiantono. “Analisis Pengaruh Daya Tarik Iklan Dan Kekuatan *Celebrity Endorser* Terhadap *Brand Awareness* Dan Dampaknya Terhadap *Brand Attitude* Handphone Nokia (Studi Kasus Pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Diponegoro Semarang).” *Diponegoro Journal Of Management* 2, no. 3 (2013).
- Paradis, Windi Setya, Zainul Hidayat, and Anisatul Fauziah. “Pengaruh *Celebrity Endorse*, Kualitas Produk Dan Citra Merk Terhadap Keputusan Pembelian Indomie (Studi Kasus Pada Mahasiswa Stie Widya Gama Lumajang).” *Jobman: Journal of Organization and Bussines Management*, 2020.
- Perdana, Cholique Erricho Devic. “Analisis Prosedur Pengawasan Peredaran Barang Dan Jasa Dinas Perindustrian Dan Perdagangan DIY.” *Dspace Repository*, 2018.
- Priyanto, Duwi. *SPSS 22: Pengolahan DataZ Terpraktis*. Yogyakarta: Andi Ofsset, 2014.
- Puspitarini, Dinda Sekar, and Reni Nuraeni. “Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi (Studi Deskriptif Pada Happy Go Lucky House).” *Jurnal Common* 3, no. 1 (2019): 71–80.
- Qardawi, Yusuf. *Masyarakat Berbasis Syariat Islam*. Solo: Era Intermedia, 2003.
- Qomariah, Nurul. *Pentingnya Kepuasan Dan Loyalitas Pengunjung (Studi Pengaruh Customer Value, Brand Image, dan Atribut Produk Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pengunjung Pariwisata Pantai)*. Jember: CV. Pustaka Abadi, 2020.
- Riduwan Dan Akdon. *Rumus Dan Data Dalam Aplikasi Statistika*. Bandung: Alfabeta, 2006.
- Rinawati, Gusti Ayu, Anak Agung Putu Agung dan Ni Putu Nita Anggraini. “Pengaruh *Celebrity Endorse* Dan *Brand Image*

- Terhadap Keputusan Pembelian Freshcare Di Kota Denpasar”. *Jurnal Emas 2*, no. 1 (2021).
- Rismalasari, Afi Rachmat Slamet dan Aleria Irma Hatneny. “Pengaruh Lifestyle, Brand Image, Kualitas Produk Dan Store Image Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Three Second Malang”. *e-Jurnal Riset Manajemen 9*, no. 7 (2020).
- Riyanto, Slamet dan Aglis Andhita Hatmawan. *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian Di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan dan Eksperimen*. Sleman: Deepublish Grup Penerbitan Cv Budi Utama, 2020.
- Riyanto, Wahyu Hidayat dan Achmad Mohyi. *Metode Penelitian Ekonomi*. Malang: Universitas Muhammadiyah Malang, 2020.
- Rosita, Dewi dan Ivo Novitaningtyas, “Pengaruh Celebrity Endorser dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Wardah pada Konsumen Mahasiswa,” *INOBIS: Jurnal Inovasi Bisnis dan Manajemen Indonesia 4*, no. 4 (2021).
- Setianingsih, Riana Dewi, Ika Barokah Suryaningsih, and Lilik Farida. “PENGARUH SELEBRITI PENDUKUNG DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KERUDUNG ELZATTA PADA MAHASISWI JEMBER.” *Repository Universitas Jember*, 2016, 1–4.
- Shiratina, Aldina, Deru R Indika, Imas Komariyah, Dewi Kania, Eka Hendriani Solihin, Kata Kunci, Iklan Online, Pemasaran Online, Dan Minat, and Beli Konsumen. “Pemasaran Online Melalui Penerapan Iklan Secara Digital.” *Jurnal Sain Manajemen 2*, no. 1 (2020): 2685–6972. <http://ejurnal.ars.ac.id/index.php/jsm/index>.
- Silvia, Vivi. *Statistika Deskriptif*. Semarang: Penerbit Andi, 2020.
- Siregar, Syofian. *Statistik Parametrik Untuk Penelitian Kuantitatif*. Jakarta : PT Bumi Aksara, 2014.
- Sisilia, Billmart Einstein Siahaan Kristina. “Pengaruh Brand Image Terhadap Proses Keputusan Pembelian Produk Screamous Di Kota Bandung”. *e-Proceeding of Management 7*, no. 2 (2020).
- Situmeang, Ilona V. Oisina. “Pengaruh Daya Tarik Iklan Televisi Cosmetik Wardah Terhadap Keputusan Pembelian.” *Jurnal Komunikasi Pembangunan 11*, no. 2 (2015): 1–13.
- Sofiyatuzzahro, Nurul Qomari, dan Indah Noviardari. “Pengaruh Brand Image, Promosi dan Harga terhadap Keputusan Pembelian pada Brand “Crocodile” di Matahari Departemen Store Surabaya”. *UMJ UBHARA Management Journal 1*, no. 2 (2021).
- Stiawan, I Gusti Bagus Hery dan I Made Jatra. “The Role of Brand Image Mediate the Influence of Price Fairness on Purchase Decisions

- for Local Fashion Brand Products”. *European Journal of Business and Management Research* 7, no. 3 (2022).
- Sugiyono. *Metode Penelitian (Kuantitatif, Kualitatif, Dan R & D)*. Bandung : Alfabeta, 2016.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Tindakan Komprehensif*. Bandung: Alfabeta, 2015.
- Sujana, Made Sintha Ayu Saraswati, and I Gusti Ayu Ketut Giantari. “Peran Brand Image Memediasi Hubungan Celebrity Endorser Dengan Purchase Intention.” *Forum Keuangan Dan Bisnis Indonesia (FKBI)*, 2017.
- Suryani, Tatik. *Perilaku Konsumen Implikasi Pada Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2012.
- Susanto, Moh. Rusnoto, Rahayu Retnaningsih, Flora Grace Putrianti, Shafa’ Selimanorita, and Puspa Eka Ayu Febriana. “PENGUATAN BUDAYA TENUN ATBM LURIK KHAS PEDAN KLATEN.” *Abdi Seni Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* 13, no. 19–28 (2022).
- Susilawati, Agnes Dwita, Ahmad Hanfan dan Fetalia Haryanti Anugrah. “Pengaruh Brand Image, Brand Ambassador, Word of Mouth dan testimony In Social Media Terhadap Keputusan Pembelian (Survey Pada Toko Hijab Sulthanah dikota Tegal)”. *Dialektika Jurnal Ekonomi Dan Ilmu Sosial* 6, no.1 (2021).
- Syafitri, Henry, Amalia dan Juneris Aritonang. *Buku Ajar Metodologi Penelitian Kesehatan*”. Malang: Ahlimedia Press, 2021. http://books.google.co.id/books?id=7_5LEAAQBAJ&pg=PA149&dq=accidental+sampling+buku&hl=id&sa=X&ved=2ahUKEwjc2Zv53vj4AhUGkNgFHSTFAI4Q6wF6BAGFEAU#v=onepage&q=accidental%20sampling%20buku&f=false
- Tjiptono, Fandi. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Cv Andi, 2015.
- Tjiptono, Fandy. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset, 2008.
- Ullah, Subhan, Rexford Attah-Boakye, Kweku Adams, and Ghasem Zaefarian. “Assessing the Influence of Celebrity and Government Endorsements on Bitcoin’s Price Volatility.” *Journal of Business Research* 145, no. January (2022): 228–39. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2022.01.055>.
- Utama, Lendra Halim. “Peran Daya Tarik Iklan, Kualitas Produk, Dan Harga Dalam Memengaruhi Keputusan Pembelian Pembersih Wajah”. *Jurnal Ilmu Manajemen (JIM)* 7, no.1 (2020).
- Vilda, Septiana, Ayun Maduwinarti dan Agung Pujiyanto. “Pengaruh Daya Tarik Iklan dan Celebrity Endorse terhadap keputusan pembelian konsumen pada usaha kecil menengah (UKM) produk pakaian di

- Pineappleeshopy Surabaya”. *Jurnal Dinamika Administrasi* 7, no. 2 (2021).
- Wardhani, Hanna Natasya Safira dan Krishna Kusumahadi. “Pengaruh Hedonic Value Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Zara Di Kota Bandung”. *E-Proceeding Of Management* 8, no. 5 (2021).
- Widyana, Noor Aisffa, Achyar Eldine dan Leny Muniroh. “Daya Tarik Iklan Terhadap Keputusan Pembelian”. *Jurnal Ilmu Manajemen* 2, no. 1 (2019).
- Wijaya, Sonny Nathaniel Catur. “Pengaruh Celebrity Endorsement Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Brand Image Pada Produk Sportswear Merek Under Armour”. *AGORA* 8, no. 2 (2020).
- Winarni, Rina Wahyu. “Representasi Kecantikan Perempuan Dalam Iklan.” *Deiksis*, 2010.
- Winarni, Sulistiyo. “Pengaruh Daya Tarik Iklan Dan Kemasan Terhadap Keputusan Pembelian Lip Cream Wardah Melalui Citra Merek Sebagai Variabel Intervening Pada Mahasiswa Uin Raden Fatah Palembang”. Palembang: UIN Raden Fatah Palembang, 2020.
- Yulizar, Ismayudin dan Shely Devi Enjelita. “Peningkatan Minat Beli Konsumen Melalui Daya Tarik Iklan Dan Label Halal Produk Lipcream Emina Pada Universitas Muhammadiyah Tangerang”. *JMB* 8, no.1 (2018).
- Zein, Ali Hasan. *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan, dan Eksperimen*. Sleman: Deepublish, 2020.