

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, M. Ma'ruf, *Manajemen Bisnis Syariah*. Yogyakarta: Aswaja Pressindo, 2014.
- Abdullah, *Manajemen Bisnis Syariah*. Yogyakarta: Aswaja Pressindo, 2014.
- Abdurrahman, Nana Herdiana, *Manajemen Bisnis Syariah & Kewirausahaan*. Bandung: CV. Pustaka Setia, 2013.
- Aji, Hendy Mustiko, *Manajemen Pemasaran Syariah Teori dan Praktik*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN, 2019.
- Arifin, Jaenal, "Analisis Pengaruh Persepsi Kualitas Produk dan Kualitas Pesan Iklan terhadap Citra Merek yang Berdampak Pada Keputusan Pembelian (Studi pada Handphone NOKIA di Kota Semarang)", *Jurnal Manajemen* 5, no. 3 (2018): 4.
- Arikunto, Suharsimi, *Prosedur Penelitian : Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta, 2016.
- Astiyanti, Gita Aprillia, "Pengaruh Daya Tarik Iklan, Kreativitas Iklan dan Kredibilitas Endorser terhadap Efektivitas Iklan dan Minat Beli pada Minuman Serbuk Buah Merek Nutrisari (Studi Pada Masyarakat di Kota Malang)", *Jurnal Ekonomi dan Bisnis* 6, no. 5 (2017): 4.
- Azwar, Saifudin, *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2012.
- Bramantya, Yan Bayu, "Pengaruh *Celebrity Endorser* dan *Brand Image* terhadap Keputusan Pembelian Yamaha Jupiter MX di Kota Denpasar", *E-Jurnal Manajemen Unud* 5, no. 3 (2016): 1748.
- Falah, Tripa Annur, "Pengaruh Kreativitas Iklan dan Negara Asal terhadap Niat Beli dan Keputusan Pembelian Mobil", *Buletin of Management and Business* 1, no. 2 (2020): 13.
- Fourqoniah, Finnah dan Muhammad Fikry Aransyah, *Buku Ajar Pengantar Periklanan*. Klaten: Lakeisha, 2019.
- Ghozali, Imam, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: BP Undip, 2015.
- Hidayat, Mohamad, *Pengantar Ekonomi Islam*. Jakarta: Zikrul Hakim, 2015.
- Jaiz, Muhammad, *Dasar-Dasar Periklanan*. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2014.
- Juliana, dkk, "Pengaruh *Celebrity Endorser* dan *Brand Image* terhadap *Purchase Intention* Produk Kosmetik Etude House pada Mahasiswi Sekolah Tinggi Pariwisata Pelita Harapan Karawaci", *Jurnal Ilmiah Skylandsea* 2, no. 2 (2018): 253.

- Kalangi, Natalia Junni, dkk, “Pengaruh *Celebrity Endorser* dan *Brand Image* terhadap Keputusan Pembelian Shampoo Clear”, *Jurnal Administrasi Bisnis* 8, no. 1 (2019): 46.
- Kotler, Philip dan Gerry Armstrong, *Principle of Marketing*. New Jersey: Pearson Prentice Hall, 2016.
- Kusumaningtyas, Fitria, dkk, “Pengaruh Pesan Iklan di Televisi terhadap Keputusan Pembelian (Survei pada Mahasiswa Jurusan Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Angkatan 2010/2011 yang Mengonsumsi Es Krim Magnum)”, *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)* 13, no. 2 (2017): 1.
- Lubis, Haniah dan Helen Fitriasa, “Pengaruh Layanan Food Delivery terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Kuliner O’chicken pada Masa Covid-19 Ditinjau Menurut Perspektif Ekonomi Islam”, *Al-Amwal : Jurnal Ekonomi Islam* 10, no. 1 (2021): 17.
- Masrukin, *Buku Latihan SPSS Aplikasi Statistik Deskriptif dan Inferensial*. Kudus: Media Ilmu Press, 2015.
- Muhamad, *Pengantar Bisnis Syariah*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN, 2019.
- Mutaqin, Amrul, “Konsep Periklanan dalam Ekonomi Islam”, *Cahaya Aktiva* 03, no. 01 (2016): 7.
- Ningsih, Ida Budi dan Dewi Kurniawati, “Pengaruh Kreativitas Periklanan di Televisi terhadap Keputusan Pembelian Online pada Aplikasi Shopee”, *Jurnal Network Media* 4, no.1 (2021): 11.
- Ningsih, Tessa Surya dan Siska Lusya Putri, “Pengaruh *Celebrity Endorser* terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Produk Erigo melalui Instagram)”, *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Dharma Andalas* 22, no. 2 (2020): 351.
- Nuraini, Alfiyah dan Ida Maftukhah, “Pengaruh *Celebrity Endorser* dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian melalui Citra Merek pada Kosmetik Wardah di Kota Semarang”, *Management Analysis Journal* 4, no. 2 (2018): 172.
- Nurani, “Pengaruh Nilai Informasi, Isi Pesan dan Dorongan Iklan terhadap Keputusan Pembelian”, *Jurnal Universitas Tulungagung BONOROWO* 2, no. 2 (2017): 48.
- Pangastuti, dkk, “Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah pada Counter Wardah di Borobudur Kediri”, 76.
- Pranoto, I Made Agus dan I Gst. Ayu Kt, Giantari, *Membangun Brand Loyalty Mobile Banking Berbasis *Celebrity Endorsement Credibility**. Bandung: Media Sains Indonesia, 2014.
- Priansa, Donni Juni, *Perilaku Konsumen dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*. Bandung: Alfabeta, 2017.

- Roshan dan Sudiksa, “Peran *Brand Image* Memediasi Pengaruh *Celebrity Endorser* Terhadap *Purchase Intention*”, *E-Jurnal Manajemen* 8, no. 8 (2019): 5168.
- Roshan, Putu Agung Aprilia dan Ida Bagus Sudiksa, “Peran *Brand Image* Memediasi Pengaruh *Celebrity Endorser* Terhadap *Purchase Intention*”, *E-Jurnal Manajemen* 8, no. 8 (2019): 5168.
- Shimp, Terence A., *Periklanan, Promo, Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Airlangga. 2013.
- Simamora, Bilson, *Panduan Riset Perilaku Konsumen*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2018.
- Sitorus dan Utami, *Buku Ajar Strategi Promosi Pemasaran*. Jakarta: FKIP UHAMKA, 2017.
- Sitorus, Onny Fitriana dan Novelia Utami, *Buku Ajar Strategi Promosi Pemasaran*. Jakarta: FKIP UHAMKA, 2017.
- Soraya, Iin, *Modul Dasar-Dasar Periklanan*. Jakarta: Bina Sarana Informatika, 2019.
- Sufa, Faela dan Bambang Munas, “Analisis Pengaruh Daya Tarik Iklan, Kualitas Pesan Iklan, Frekuensi Penayangan Iklan Terhadap Efektivitas Iklan Televisi Mie Sedap (Survei Pemirsa Iklan Mie Sedap Pada Mahasiswa Kost di sekitar Kampus Undip, Tembalang)”, *Diponegoro Journal Of Management*, Vol. 1, No.1 (2018): 3.
- Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta, 2015.
- Sugiyono, *Statistik untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta, 2017.
- Sujianto, Agus Eko, *Aplikasi Statistik dengan SPSS untuk Pemula*. Jakarta: Prestasi Pustaka, 2017.
- Susetiyono, Budi dan Megayani, “Pengaruh *Celebrity Endorser* terhadap Keputusan Pembelian Produk Smartphone OPPO melalui *Word Of Mouth* sebagai Variabel Mediasi (Studi Kasus Mahasiswa Universitas Negeri Jakarta)”, *Jurnal STEI Ekonomi* 20, no. 20 (2020): 18.
- Tim Penulis Naskah Alquran, *Alquran dan Terjemahannya*. Kudus: Mubarakatan Thoyibah, 2018.
- Zakiyah, “Fenomena Endorsement terhadap Penjualan Suatu Produk Ditinjau dari Etika Bisnis Islam”, *Jurnal Ekonomi Syariah dan Hukum Ekonomi Syariah* 7, no. 2 (2021): 113.
- Zikmund, William G et al., *Business Research Methods*. London: CENGAGE Learning Custom Publishing, 2013.