

## DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, Irfan Rizka et al. 2021. "Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Nike Pada Mahasiswa Universitas Pamulang." *Jurnal Ilmiah PERKUSI* 1(1): 94.
- Alamsyah, Ilham, Sri Wahyuni, and Zuliyanto Mukhamad. 2021. "Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Minyak Goreng Tropicana Slim Pada Hypermart Ponorogo City Center Di Kabupaten Ponorogo." *Jurnal Pendidikan Ekonomi: Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan, Ilmu Ekonomi, dan Ilmu Sosial* 15(1): 8. file:///C:/Users/HP/AppData/Local/Temp/20275-505-51955-3-10-20210405.pdf.
- Aryani. 2022. Indikator *Digital Marketing*. Pengaruh brand image , brand trust dan digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Emina ( Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Sam Ratulangi ). Jurnal EMBA Vol.10 No.3 Juli 2022, Hal.953-964. <https://doi.org/10.35794/emba.v10i3.43524>.
- Batu, R. L., Situngkir, T. L., Krisnawati, I., & Halim, S. 2019. Pengaruh Digital Marketing Terhadap Online Purchase Decision Pada Platform Belanja Online Shopee Pengarang. *Jurnal Ekonomi & Bisnis*, 18(2), 144–152.
- Bramantya, Y., & 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), 255237.
- Bian, X. & M (2011). The Role of Brand Image, Product Involvement, and Knowledge In Explaining Consumer Purchase Behavior of Counterfeits: Direct and Indirect Effects. *European Journal of Marketing*, 45(1/2), , 191-216.
- Cahyani, Khoiriyah Indra, and Rr. Endang Sutrasnawati. 2016. "Pengaruh Brand Awareness Dan Brand Image Terhadap." *Management Analysis Journal* 5(4):

281–88.

- Darmadi, Durianto, dkk. 2004. *Brand Equity Ten: Strategi Memimpin Pasar*, Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Engel, James F., Roger D. Blackwell, Paul W. Miniard. 2015. *Perilaku Konsumen*. Terjemahan F.X. Budianto. Jakarta: Binarupa Aksara.
- Fitrianna, Hafizh, and Derista Aurinawati. 2020. “Pengaruh Digital Marketing Pada Peningkatan Brand Awareness Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Cokelat Monggo Di Yogyakarta.” *INOBI: Jurnal Inovasi Bisnis dan Manajemen Indonesia* 3(3): 409–18.
- Ferdinand, A. (2014). *Metode Penelitian Manajemen (Pedoman Penelitian Untuk Penelitian Skripsi, Tesis, dan Disertasi Ilmu Manajemen)*. Semarang: Semarang: Universitas Diponegoro.
- Ghazali, I. (2006). *Aplikasi Analisis multivariate dengan Program SPSS. Edisi ke 6*. Semarang: Semarang: BP Universitas Diponegoro.
- Ghazali, I. (2012). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program Ibm SPSS*. Semarang: Semarang: BP Universitas Diponegoro.
- Gujarati, Damodar. 2003. *Ekonometrika Dasar*. Terjemah Sumarno Zein. Jakarta: Erlangga.
- Hartanto, J. (2011). *Metode Penelitian Bisnis*. Yogyakarta: Yogyakarta: BPFE.
- Hasfira, Andi et al. 2022. “The Influence of Celebrity Endorsers on Purchasing Decisions for Scarlett Skincare (a Case Study on a Student of Management Department, Faculty of Economics and Business, Makassar State University).” *International Journal of Humanities, Social Sciences and Business (INJOSS)* 1(3): 209–19.
- Humdiana. 2005. Analisis Elemen-elemen Merek Produk Nokia. *Jurnal of Marketing Manajemen*, Vol. 12, No.1.
- Hawa, Sarah Dien. 2022. “User Interface Dan Social Media Marketing Sebagai

- Pendorong Keputusan Pembelian Pada E-Commerce Tokopedia.” *Jurnal Sistem Informasi dan Teknologi Peradaban (JSITP)* 3(2): 57–60. [www.journal.peradaban.ac.id](http://www.journal.peradaban.ac.id).
- Indrawijaya, Sigit. (2012). “Pengaruh Kualitas Produk & Word of Mouth terhadap Keputusan Konsumen dalam Pembelian Roti Manis pada Industri Kecil di Kabupaten Sarolangun”. *Jurnal Mankeu Universitas Jambi* Vol. 1, No. 3, 2012: 193-208.
- Kasiram, H. Moh. (2008). *Metodologi Penelitian Kualitatif - Kuantitatif*. Malang: UIN Malang Press.
- Kertajaya, H. (2007). *Positioning, Differensiasi, dan Brand*. Jakarta: Jakarta:Gramedia Pustaka Utama.
- Kotler, Philip, (2005). *Manajemen Pemasaran*. Edisi kesebelas. Jilid 2. Edisi Bahasa Indonesia. Jakarta: Penerbit Indeks.
- Kotler dan Keller. 2014. *Manajemen Pemasaran*. Jilid I. Edisi Ke 13. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip. 2015. *Manajemen Pemasaran*. Jilid 2. Jakarta : Bumi Aksara.
- Metallici, Argi, Roni Rohendi, and Prihartono. 2022. “Pengaruh Digital Marketing Terhadap Keputusan Penggunaan Aplikasi Pospay ( Survey Pengguna Aplikasi Pospay Siswa Slta Di Ujung Berung ).” *Management Studies and Entrepreneurship Journal* 3(June): 1635–42. <https://journal.yrpioku.com/index.php/msej/article/view/622/513>.
- Mukhroji, M. (2017). Analisis Pengaruh Faktor-Faktor Positioning Produk Terhadap Citra Merek Pada Produk Roudup Biosorb 480 SL di Brebes Selatan. *JBIMA (Jurnal Bisnis dan Manajemen)*, 5(2), 152-169.
- Negara, A. A. N. D. ., Arifiin, Z., & Nuralam, I. P. (2018). Pengaruh Kualitas Produk dan Brand Image Terhadap Minat Beli (Survei Pada Pembeli Di Gerai Starbucks Di Kota Surabaya). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 61(2), 202–

209.

Nggilu, Monica, Altje L Tumbel, and Woran Djemly. 2019. "The Influence Of Viral Marketing, Celebrity Endorser, And Brand Awareness Towards Purchase Decisions In Geprek Bensu Manado." *Jurnal EMBA* 7(3): 2691–2700.

Nikolas Tarigan, Altair, And Posma Lumban Raja. 2022. "Journal Of Management, Accounting, General Finance And International Economic Issues (Marginal) Volume 2 Issue 1 (2022) Journal Of Management, Accounting, General Finance And International Economic Issues | Marginal <https://Ojs.Transpublika.Com/Index.Php/>." 2(1): 282–98.

Naruliza, Esty, Rico Suseno. 2021. Pengaruh *Digital Marketing* Dan *Brand Awareness* Terhadap Keputusan Pembelian Pada Tokopedia Di Kota Palembang. JEMSI: Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Akuntansi. Vol. 17. No.1. <http://ejournal.iba.ac.id/index.php/jemasi>

Philip Kotler & G. A (2016) Indikator Citra Merek (n.d.). *Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Atas Kosmetik Emina (Dan Minimarket Cikarang Baru)*. Januari 20, 2022 <https://ecampus.pelitabangsa.ac.id/pb/AmbilLampiran/?ref=25508&jurusan=&jenis=Item&usingId>.

Rachmadi, Tri. 2020. *The Power Of Digital Marketing*.

Rezky Shinta Maharani, Uju Suji'ah. 2022. Pengaruh Celebrity Endorser terhadap Keputusan Pembelian Sampo Hijab Clear. Jurnal Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi. Vol.1, No.3, Mei 2022. <https://www.bajangjournal.com/index.php/JEMBA/article/view/2202/1550>.

Royan, Frans M. (2004). *Marketing Celebrity*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.

Sari Dewi, Luh Gede Permata, Natasya Edyanto, and Hotlan Siagian. 2020. "The Effect of Brand Ambassador, Brand Image, and Brand Awareness on Purchase

- Decision of Pantene Shampoo in Surabaya, Indonesia.” *SHS Web of Conferences* 76: 01023.
- Satria, D. A., & Sidharta, H. 2018. Pengaruh citra merek dan kualitas produk terhadap minat beli produk hijab. *Jurnal manajemen bisnis*, 5(1), 59-97.
- Shimp, T. A. (2003). *Periklanan Promosi dan Aspek Tambahan Komunikasi Terpadu*, Jilid I (Edisi 5). Jakarta: Erlangga.
- Shimp, Terence, A. 2015, *Periklanan Promosi, Komunikasi Pemasaran Terpadu*, Jilid 1 Edisi kelima. Jakarta: Erlangga.
- Suyanto, M. 2015. *Strategi Perancangan Iklan televisi Perusahaan Top Dunia*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Bandung CV ALFABETA.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Dan Pengembangan (Research and Development/R&D)*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Sujarweni, Wiratna. V. (2021). *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Suliyanto. (2011). *Ekonomika Terapan: Teori dan Aplikasi dengan SPSS*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Supranto. Limakrisna, Nandan. (2016). *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Mitra Wacana Media: Jakarta.
- Tri rachmadi (2020). Khoziyah Siti , Evawani Elysa Lubis. (2021). Pengaruh Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Followers Online Shop Instagram @Kpopconnection. Maret 2020. 39-50.

- Tjiptono, F. (2005). *Brand Management And Strategy. Edisi-1*. Yogyakarta: Yogyakarta.
- Tobing, R, P., & Bismala, L. (2015).“Pengaruh Promosi Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Merek Converse.” *Akmami* 2(2): 204–19. <https://jurnal.ceredindonesia.or.id/index.php/akmami>
- Top Brand Award. (n.d.). Top Brand Indeks Tahun 2019 Sampai 2022. Januari 20, 2022. <http://www.topbrand-award.com/top-brand-indeks-3-tahunterakhir>
- Widiyanto. (2008). *Pointers Metodologi Penelitian* . Semarang: Semarang: BP Universitas Diponegoro.
- Wulandari dan Nurcahya. (2015). Indikator *Celebrity Endorser*. Pengaruh *Celebrity Endorser, Brand Image, Brand Trust dan Variety of Selection* Terhadap Minat Beli Body Lotion Scarlett Whitening (Studi Kabupaten Kebumen). Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis dan Akuntansi 4(1) Februari 2022. <https://jurnal.universitaspurabaya.ac.id/index.php/jimmba/article/view/67/34>
- Wilujeng, S. R., & Edward, M. (2014). Indikator Brand Awareness. Pengaruh Brand Awareness dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Produk Oriflame. Jurnal Pendidikan Tata Niaga, 2(2), 1-15.
- Yoestini dan Rahma, Eva. S. 2007. Analisis Pengaruh Kualitas Layanan dan Citra Merek terhadap Minat Beli dan Dampaknya pada Keputusan Pembelian. Jurnal Sains Pemasaran Indonesia: Vol. II No.1, P.261-276.