

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, Willy dan Jogiyanto. (2015). *Partial Least Square (PLS) Alternatif Structural Equation Modeling (SEM) dalam Penelitian Bisnis*. Yogyakarta: ANDI.
- Ainiyyah, Imroatu dan Asri Rejeki. (2022). Pengaruh Brand Image dan Konten Pemasaran Terhadap Minat Beli Produk Erigo. *Jurnal Pendidikan dan Konseling*, 4 (5), 3625-3272.
- Ardianti, Citra, Abdul S., & Hanifa S. N. (2018). 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). *Jurnal Manajemen Ekonomi dan Bisnis*.
- Dinawan. (2010). *Kualitas Produk: Alat Strategi Yang Penting*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Ernawati, R., Dwi, A., & Argo, J. (2018). Analisis Pengaruh Promosi, Harga, dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian pada Situs E-commerce Zalora di Jakarta. *Business Management Analysis Journal (BMAJ)*, 4, 200–218.
- Ferdinand, Augusty. (2014). *Metode Penelitian Manajemen*. Semarang: BP Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2015). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hartono. (2008). *Statistik Untuk Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Belajar.
- Ikawato, Kartina, Theresia M., & Gusti N. A. (2021). The Effect of Celebrity Endorsers and Advertising Attractiveness on Brand Image and Purchase Decisions for Tokopedia Application Users in Samarinda. *International Journal of Economics, Business and Accounting Research (IJEBAR)*. 5 (2), 461-471.
- Jaya, I Gede N. Mindra dan I Made Sumertajaya. (2008). *Pemodelan Persamaan Struktural dengan Partial Least Square*. Bandung: Universitas Padjajaran.
- Kotler, P dan Kevin Lane Keller. (2018). *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)*. Pasuruan: CV Penerbit Qiara Media.
- Kotler, Philip (2005). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT Prenhalindo
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. (2015). *Dasar-Dasar Pemasaran*. Jakarta: Prenhalindo.

- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. (2016). *Dasar-Dasar Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. (2006). *Manajemen Pemasaran. Indonesia*: PT Indeks.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Kotler, Philip, (2012). *Manajemen Pemasaran*. (Terjemah Bahasa Indonesia). Jakarta: Salemba Empat.
- Kotler, Philip. (2014). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT Prenhalindo.
- Kotler, Phillip dan Kevin Lane Keller. (2016). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT Indeks.
- Mahendra, H. A. I., Kartika Anggraeni S. P. (2022). Peran Endorser Selebriti, Citra Merek, dan Kepercayaan Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pakaian Erigo. *Journal of Business and Applied Management*, 15 (1), 19-34.
- Mahendra, H., & Putri, K. (2022). Peran Endorser Selebriti, Citra Merek, dan Kepercayaan Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pakaian Erigo (Sutdi Pada Mahasiswa Kota Malang). *Journal of Business and Applied Management*, 15(1), 19–34.
- PUTRA, W. W. (2021). Pengaruh Persepsi Harga dan Elecronic Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Online (Studi Pada Konsumen Erigo Official Shop Shopee.co.id di Kota Malang). Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim.
- Rahmawati, L. O., Diah S. H., & Indra Ayu F. (2022). Pengaruh Brand Ambassador, Kesadaran Merek, Desain Produk dan Persepsi Harga Terhadap Citra Merek Pada Erigo di Indonesia. *Jurnal Pro Bisnis*, Vol. 15 (2), 149-161.
- Rombe, Y. (2021). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Persepi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Erigo (Studi Mahasiswa Yogyakarta) Universitas Kristen Duta Wacana.
- Rosiana, Y. (2022). Pengaruh Celebrity Endorser, Brand Image dan Product Quality Terhadap Purchase Attention Pada Produk Pembalut Wanita Merek Laulier di Kota Surabaya. Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
- Siyoto, S., dan Sodik, A. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian* Dr. Sandu Siyoto, SKM, M. Kes M. Ali Sodik, M. A. I. Yogyakarta: Literasi Media Publishing.

- Sugilar, H., Priatna, T., & Darmalaksana, W. (2019). Strategi Perguruan Tinggi dalam meningkatkan Publikasi Hasil Penelitian. *Al-Fikrah: Jurnal Manajemen Pendidikan*, 7(1), 45–50.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta.
- Suhardi dan Irmayanti. (2019). Pengaruh Celebrity Endorser, Citra Merek, dan Kepercayaan Merek Terhadap Minat Beli Konsumen. *Jurnal Inspirasi Bisnis dan Manajemen*, 3 (1), 53.
- Suparyanto dan Rosad. (2015). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: In Media.
- Swasta dan Irawan. (2008). *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty.
- Tanady, E. S., & Fuad, M. (2020). Analisis Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Tokopedia Di Jakarta. *Jurnal Manajemen*, 9 (2), 113-123.
- Tjiptono, Fandy. (2008). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Riandi, R. (2022). Pengaruh Tampilan Produk dan Ekspetasi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Dalam Perspektif Ekonomi Islam. Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.