

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, B. (2016). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Alfabeta.
- Arikunto, S. (2006). *Prosedur Penelitian*. Rineka Cipta.
- Assuari, S. (2017). *Manajemen Pemasaran*. Rajawali Pers.
- Azwar, S. (2015). *Metode Penelitian*. Pustaka Pelajar.
- Belch, G. E., & Belch, M. A. (2009). *Advertising and Promotion: An Integrated Promosi penjualan Communication Perspective (8th ed.)*. Pearson Education.
- Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2013). *Digital Marketin Strategy, Implementation, and Practice (6th ed.)*. Pearson.
- Darmadi, H. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan dan Sosial*. Alfabeta.
- Ghozali, I. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis MUltiVariate dengan Program SPSS 25 (9th ed.)*. Universitas Diponegoro.
- Heidrick, & Struggles. (2009). *Heidrick & Struggles CEO. China Promosi penjualan Press*.
- Kasmadi, & Sunariah, N. S. (2013). *Panduan Modern Penelitian Kuantitatif*. Alfabeta.
- Kotler, & Armstrong. (2017). *Prinsip - Prinsip pemasaran (12th ed.)*. Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Promosi penjualan Management (14th ed.)*. Pearson.

- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Manajemen Pemasaran (13th ed.)*. Erlangga.
- Manullang, M., & Hutabarat, E. (2016). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Indomedia Pustaka.
- Rangkuti, F. (2015). *Riset Pemasaran*. Gramedia.
- Takaya, R. (2019). *Kewirausahaan Indonesia*. Universitas Trisakti.
- Tjiptono, F. (2015). *strategi pemasaran*.
- Urban, G. L. (2004). *Digital Promosi penjualan Strategy*. Pearson Prentice Hall.
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2008). *Perilaku Konsumen (7th ed.)*. Indeks.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2017). *Metode Penelitian untuk Bisnis : Pendekatan Pengembangan - Keahlian*. Salemba Empat.
- Setiyaningrum, A., Udaya, J., & Efendi. (2015). *Prinsip - Prinsip Pemasaran*.
- Shimp, T. A., Santi, F., & Dewi, A. P. (2014). *Komunikasi Pemasaran Terpadu dalam periklanan dan Promosi* (M. Masykur, R. A. H. D. Pertiwi, & Rahmawati (eds.); 8th ed.). Salemba Empat.
- Stanton, W. J. (2012). *Dasar Dasar Pemasaran Manajemen*.
- Sudana, I. M., & Setianto, R. H. (2018). *Metode Penelitian Bisnis & Analisis data dengan SPSS*. Erlangga.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D (2016th ed.)*. Alfabeta.
- Sukma, K., Nurcahya, I. K., & Suryani, A. (2016). **Pengaruh Celebrity Endorser, Citra Merek, dan Kepercayaan terhadap Keputusan Pembelian Produk Pembersih Wajah Men's Biore**. *E-Jurnal Manajemen*, 5(07).

- Sulaiman, W. (2004). *Analisis Regresi menggunakan SPSS*. Andi.
- Sulistiyani, Sudirjo, F., & Putrianti, H. R. D. (2020). **The Role of Product Attributes, Citra Merek, and Celebrity Endorser on Purchase Decision and Their Effects on Consumer Satisfaction on Homypad Shoes Product in Yogyakarta.** *International Journal of Advanced Science and Technology*, 29(06).
- Siregar, G. S. (2020). **Pengaruh Celebrity Endorser Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Scarlett Whitening Pada Media Sosial Instagram.** *El-Arbah: Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Perbankan Syariah*, 3(01), 35–51.
- Syafirah, S., Mananeke, L., & Rotinsulu, J. J. (2017). **Pengaruh Faktor-faktor Perilaku Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Produk pada Holland Bakery Manado.** *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis, Dan Akuntansi*, 5(02).
- Habibah, Hamdani, I., & Lisnawati, S. (2018). **Pengaruh Citra Merek dan Celebrity Endorser terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah (Studi Pada Perempuan Muslim di Kota Bogor).** *Jurnal Ekonomi Islam*, 7(02).
- Kalangi, N. J., Tamengkel, L. F., & Walangitan, O. F. C. (2019). **Pengaruh Celebrity Endorser Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Shampoo Clear.** *Jurnal Administrasi Bisnis*, 8(1), 44.
- Azzahra, D. S., & Ramadhan, Z. (2021). *Jurnal muhammadiyah manajemen bisnis. Debt To Equity Ratio, Price Earning Ratio, Current Ratio, Harga Saham*

Perusahaan Sub Sektor Telekomunikasi, 2(1), 43–50.

Unud, E. M. (2016). **PENGARUH CELEBRITY ENDORSER DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN**. *Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana (Unud), Bali , Indonesia* **PENDAHULUAN**
Industri kendaraan roda dua di Indonesia dewasa ini memperlihatkan trend peningkatan yang sangat positif . Hal ters. 5(3), 1745–1771.