

## DAFTAR PUSTAKA

- Ali, L. S. W. H., & Cuandra, F. (2023). Pengaruh Digital Marketing dan *Brand Awareness* Terhadap *Purchase Intention Brand Fashion* Erigo Apparel Dimediasi *Brand Image*. *Jurnal Ekuilnomi*, 5(2), 292–304.
- Angger, G., & Andarini, S. (2024). Pengaruh *Influencer Marketing* dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk Erigo Apparel. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 6(1), 11–21.
- Ardianti, C., Salam, A., & Nuryani, H. S. (2020). 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 Dan Bisnis*, 3(2).
- Arni, P. S., & Nuraini, D. (2022). Pengaruh *Celebrity Endorser* Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Kepercayaan Merek Sebagai Variabel Mediasi Pada Pelanggan *Skincare Ms Glow* di Surabaya. *Insight Management Journal*, 3(1), 22–30.
- Azis, R. T. D., & Putri, A. D. (2023). Pengaruh *Celebrity Endorser*, Citra Merek, dan Kualitas Produk Terhadap Niat Beli Produk *Fashion Erigo* di Kota Bandar Lampung. *Journals of Economics and Business*, 3(2), 1–10.
- Bulan, S.I.S., & Sudrajat, R.H. (2019). Pengaruh Penggunaan *Celebrity Endorser* Arief Muhammad di Instagram Terhadap *Brand Image Erigo Store*. *Sospol: Jurnal Sosial Politik*, 5(2), 322-332.
- Cahya, F.M., Wulan, I.A.D.P., & Damayanti, R. (2019). Analisis *Celebrity Endorsment*, Variasi Produk dan *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Rabbani. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 9(1), 88-98.
- Chan, K., Leung Ng, Y., & Luk, E. K. (2013). *Impact Of Celebrity Endorsement In Advertising On Brand Image Among Chinese Adolescents*. *Young Consumers*, 14(2), 167–179.
- Ciu, E., & Wijayanti, C. A. (2024). *The Role of Consumer Ethnocentrism, Perceived Quality, Perceived Price, and Perceived Brand Image on Willingness to Buy Erigo Clothing*. *Klabat Journal of Management*, 5(1), 49–71.
- Dinisari, M. (2022, September 13). *Bisnis Style*. Retrieved from lifestylebisnis.com: <https://lifestyle.bisnis.com/read/20220913/104/1576954/brand-lokal-erigo-tampil-kembali-di-new-york-fashion-week-2023>
- Fadhili, A., Arifim R., Basalamah, M.R. (2023). Pengaruh *Influencer* dan *Endorsement* Terhadap *Purchase Intension* Produk Erigo Fashion Pada Media Sosial Instagram. e – *Jurnal Riset Manajemen*, 12(1), 1624-1634.
- Farouq., & Rusdi, F. (2023). Pengaruh *Celebrity Endorsement* terhadap Minat Beli

- Konsumen (Studi Kasus Erigo Apparel). *Kiwari*, 2(1), 62-67.
- Febriyanti, R. S., & Wahyuati, A. (2016). Pengaruh Celebrity Endorser dan *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen (JIRM)*, 5(5).
- Fitriani, E. (2024, February 01). *Detik Inet*. Retrieved from inetdetik.com: <https://inet.detik.com/cyberlife/d-7170724/selamat-ini-daftar-umkm-kreator-pemenang-shopee-super-awards-2023/>
- Gabriella, C. G., & Hutaeruk, B. M. (2023). Pengaruh *Celebrity Endorser*, *Brand Image* Dan *Online Customer Review* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Erigo Di E-Commerce Shopee (Studi Kasus Masyarakat Kabupaten Bekasi). *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 9(18), 143–154.
- Gandhiolda, T.T., & Tanjung, Y. (2024). Pengaruh *Celebrity Endorsement* Dan *Brand Awareness* Terhadap Keputusan Pembelian Scarlett Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. *Management, Accounting, Islamic Banking and Islamic Economic Journal*, 2(1), 16-27.
- Gibraltar, G., & Suyanto, A. M. A. (2023). Pengaruh *Brand Image* dan *Brand Ambassador* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Erigo. *EProceedings of Management*, 10(5).
- Hidayah, F. (2023, May 13). *Good Stats*. Retrieved from datagoodstat.id: <https://data.goodstats.id/statistic/merek-fesyen-lokal-yang-jadi-favorit-masyarakat-indonesia-versi-goodstats-mavFg>
- Hidayat, Y.L.I., & Yoestini. (2023). Pengaruh *Brand Image* dan *Online Customer Review* Terhadap Minat Beli Produk Erigo (Studi Pada Generasi Z Kota Semarang). *Diponegoro Journal Of Management*, 12(2), 1-9.
- Hillary, A. W. (2023). Pengaruh *Celebrity Endorser* dan *Brand Image* terhadap Keputusan Pembelian Produk *Fashion* pada Media Sosial Instagram. *Madani: Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 1(5).
- Inggasari, S.M., & Hartati, R. (2022). “Pengaruh Celebrity Endorser, *Brand Image*, dan *Brand Trust* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlett *Whitening*”. *Cakrawala Bisnis*, 3(1), 1-22.
- Islamiyah, K., & Soebiantoro, U. (2022). Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Mi Instan Sarimi (Studi pada Mahasiswa yang Sedang Kuliah di Surabaya). *Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi*, 22(3), 1567-1572.
- Kadafi, M., Fadhilah, M., & Cahyani, P. D. (2023). Pengaruh *Celebrity Endorser*, *Trend Fashion*, dan *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian Produk *Fashion* Erigo

Di Yogyakarta. *Ad-Deenar: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 7(01).

Kalangi, N. J., Tamengkel, L. F., & Walangitan, O. F. C. (2019). Pengaruh *Celebrity Endorser* dan *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian Shampoo Clear. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 8(1), 44–54.

Karamoy, T. S. (2022). Pengaruh *Celebrity Endorser* dan *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Maybelline Di Kota Manado. *Bata Ilyas Educational Management Review*, 2(1).

Kertamukti, R. (2015). Instagram Dan Pembentukan Citra (Studi Kualitatif Komunikasi Visual Dalam Pembentukan Personal Karakter Account Instagram@ Basukibtp). *Jurnal Komunikasi Profetik*, 8(1), 57–66.

Kotler, P., Keller, K. L., Ang, S. H., Tan, C. T., & Leong, S. M. (2018). *Marketing management: an Asian perspective*. Pearson London.

Kurnia, U. D. (2023). Pengaruh *Brand Image*, *Brand Trust*, dan *Electronic Word of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian Erigo di Gresik Oleh Generasi Z. *Master: Jurnal Manajemen Dan Bisnis Terapan*, 3(1), 1–11.

Maghfirah, V., & Suyono, S. (2023). Pengaruh Brand Ambassador Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Erigo Pada Mahasiswa Universitas Trunojoyo. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis (JIMBis)*, 2(3), 259–271.

Mubarok, D.A.A., (2016). Pengaruh Celebrity Endorsement terhadap Minat Beli Konsumen (Studi pada Konsumen Mahasiswa Kelas Reguler Sore STIE INABA Bandung). *Jurnal Indonesia Membangun*, 15(3), 61- 76.

Nugroho, I. D., & Sarah, S. (2021). Pengaruh Brand Image dan Celebrity Endorser terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Indonesia Membangun*, 20(1), 113–126.

Rinawati, G. A., Agung, A. A. P., & Anggraini, N. P. N. (2021). Pengaruh Celebrity Endorser Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Freshcare Di Kota Denpasar. *EMAS*, 2(1).