

## DAFTAR PUSTAKA

- Acai, S., Susiana, Dewi Ratih Alfatih, S. Manggabarani Agus, S. S., Ratnasari, K., Jajang, B., Prisca, N. S., Dedi, M., Hari, N., T, Meldi Kesuma Mohammad, A. N. A., & Astrid, Aprica Isabella Mira, M. U. (2022). *Manajemen Pemasaran Kontemporer* (M. M. Eka Purnama Sari, S.E. (ed.); 1st ed.). Widina.
- Adabi, N. (2020). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Indihome Di Witel Telkom Depok. *Jurnal Manajemen*, 12(1), 32–39. <http://journal.feb.unmul.ac.id/index.php/JURNALMANAJEMEN>
- Artha, Y., Surbakti, E. Y., & Tambunan, S. R. (2021). Pengaruh Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Online Shopee. *Prosiding Konferensi Nasional Social & Engineering Polmed (KONSEP) 2021*, 2(1), 657–664.
- Eli Achmad Mahiri. (2020). Pengaruh Brand Image dan Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Pada Konsumen Badan Usaha Milik Desa (BUMDES) Mart Banjarnegara. *Coopetition : Jurnal Ilmiah Manajemen*, 11(3), 227–238. <https://doi.org/10.32670/coopetition.v11i3.154>
- Finthariasari, M. F., Ratnawili, R., & Halim, N. (2022). Purchasing Decisions: The Analysis Effect Of The Variables Life Style, Celebrity Endorser, And Brand Image. *EKOMBIS REVIEW: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 10(2), 661–672. <https://doi.org/10.37676/ekombis.v10i2.2224>
- Huda, N. (2020). Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Motor Scuter Matic Yamaha Di Makassar. *Jurnal Asy-Syarikah: Jurnal Lembaga Keuangan, Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 2(1), 37–43. <https://doi.org/10.47435/asy-syarikah.v2i1.311>
- Inggasari, S. M., & Hartati, R. (2022). Pengaruh Celebrity Endorser, Brand Image, Dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlett Whitening. *Cakrawangsa Bisnis*, 3(1), 1–22.
- Iriani, F., & Indriyani, R. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Sariayu Martha Tilaar. *Kemampuan Koneksi Matematis (Tinjauan Terhadap Pendekatan Pembelajaran Savi)*, 53(9), 1689–1699.
- Laila, D., & Vicky, F. S. (2022). PENGARUH BRAND IMAGE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK. *Jurnal Ekonomi Islam*, VII, 118–134.
- Miati, I. (2020). Pengaruh Citra Merek ( Brand Image ) Terhadap Keputusan Pembelian Kerudung Deenay ( Studi pada Konsumen Gea Fashion Banjar ). 1(2), 71–83.

- Nilammadi, W. O. M., Atin, T., Leksonoc, B. B., Sari, A. W., SyafiqatulBestariyahe, A., & Safitri, D. N. (2021). Hubungan Celebrity Endorsement Terhadap Keputusan Pembelian Pada Shopee Dan Tokopedia. *Jurnal Bisnis Dan Kajian Strategi Manajemen*, 5(1), 1–13. <https://doi.org/10.35308/jbkan.v5i1.3045>
- Noviyani, S., Kencanawati, M. S., Anggraini, R., & Gayatri, L. A. I. (2022). Pengaruh Social Media Marketing, Celebrity Endorser, Brand Image, Electronic Word of Mouth, Dan Inovasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Wardah. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 11(1), 9–25.
- Nur, A., & Muhamad, E. (2021). Pengaruh Brand Image terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 4(2), 308–327. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v4i2.644>
- Pramaseni, C. I. E. A. (2022). Pengaruh Brand Awareness, Brand Ambassador, Dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Kewirausahaan Dan Inovasi*, 2(4), 956–967. <https://jki.ub.ac.id/index.php/jki/article/view/5>
- Pratama, R. A., Mulyaningsih, H. D., & Rohandi, M. M. A. (2022). Pengaruh Strategi Harga, Kualitas Produk, Promosi, Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada .... *02(02)*, 1300–1307.
- Putri, C. N. (2022). Ini Tren Fashion di 2022 yang Dipengaruhi oleh Perkembangan Teknologi. *Kompas.Com*. <https://www.kompas.com/parapuan/read/533146918/ini-tren-fashion-di2022-yang-dipengaruhi-oleh-perkembangan-teknologi>
- Ramadhani, I., & Nadya, P. S. (2021). Pengaruh Celebrity Endorser dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Fesyen Muslim Hijup. *Prosiding Konferensi Nasional Ekonomi Manajemen Dan Akuntansi (KNEMA)*, 1177.
- Religia, Y., Sriyanto, A., & Hidayat, R. S. (2022). Pengaruh Brand Image, Electronic Word of Mouth Dan Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Produk Daypack Eiger Di Kota Bekasi. *Jurnal Ekonomika Dan Manajemen*, 11(1), 77. <https://doi.org/10.36080/jem.v11i1.1745>
- Rosita, D. (2021). Pengaruh Celebrity Endorser dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Wardah pada Konsumen Mahasiswa. *04(September)*, 494–505.

- Safitri, A. N., & Basiya, R. (2022). Pengaruh Brand Image, Lifestyle, dan Promosi Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian di Toko 3 Second. *YUME: Journal of Management*, 5(2), 450–458. <https://doi.org/10.37531/yume.vxix.3463>
- Sari, D. P. (2020). PENGARUH BRAND IMAGE DAN LIFE STYLE TERHADAP PURCHASE INTENTION STUDI KASUS PADA PT . YAMAHA ALFA SCORPII BOTANIA BATAM. 3, 86–93.
- Srihadi, R. H., & Pradana, M. (2021). PENGARUH BRAND IMAGE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK BODY MIST THE BODY SHOP BANDUNG THE INFLUENCE OF BRAND IMAGE ON PURCHASING DECISIONS IN BODY. 8(4), 3406–3412.
- Syahputra, & Alnanda, H. (2020). Peran Inovasi Produk Dan Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Nike Pada Pengunjung Outlet Nike Di Tunjungan Plaza Surabaya. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 8(1), 1–9
- Tiara, M. A., Eny, S., & Budi, U. (2022). PENGARUH CELEBRITY ENDORSER, BRAND IMAGE DAN BRAND TRUST TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PRODUK HANDBODY SCARLETT (STUDI KASUS PADA PENGGUNA HANDBODY SCARLETT DI WILAYAH MOJOKERTO ) Oleh. 1(11), 2901–2916.
- Toha, M. (2020). Eksistensi Manajemen Pemasaran dalam Membangun Citra Lembaga Pendidikan. 10.
- Zahroh, A., & Dwijayanti, R. (2020). PENGARUH BRAND IMAGE DAN GAYA HIDUP TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA KOPI JANJI JIWA DI ROYAL PLAZA SURABAYA. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 26(2), 173–180. <https://www.ufrgs.br/actavet/31-1/artigo552.pdf>
- Sari, A. W., Djan, I., Wartaka, M., & Sumardjono, S. (2023). Analisis Sikap dan Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian pada Online Marketplace. *Jurnal Ekonomi Efektif*, 5(3), 481. <https://doi.org/10.32493/jee.v5i3.29299>
- Sari, A. W., Djan, I., Wartaka, M., & Sumardjono, S. (2023). Analisis Sikap dan Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian pada Online Marketplace. *Jurnal Ekonomi Efektif*, 5(3), 481. <https://doi.org/10.32493/jee.v5i3.29299>
- Zahra Dhaefina, M. N. (2021). Pengaruh Celebrity Endorsement, Brand Image, Dan Testimoni Terhadap Minat Beli Konsumen Produk Mie Instan Lemonilo Pada Media Sosial Instagram. *Jurnal Manajemen* Vol. 07 No. 01.