

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, A. H., Idris, I., Mason, C., & Chow, S. K. (2019). *The Impact of Young Celebrity Endorsements in Social Media Advertisements and Brand Image Towards the Purchase Intention of Young Consumers. International Journal of Financial Research*, 10(5), 54–65. <https://doi.org/10.5430/ijfr.v10n5p54>
- Annissa, A. N., & Paramita, E. L. (2021). *Brand Promotion: The Effects of Celebrity Endorsement and Brand Image on Consumer Buying Decision. Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 8(1), 82-90.
- Assauri, S. (2013). *Pengertian Manajemen Pemasaran*.
- Basrah, H. (2014). *Metode Pengumpulan Data. Teorionline.Wordpress.Com*. <http://teorionline.wordpress.com>
- Budiyanto, A. *Pengaruh JKT48 Sebagai Celebrity Endorser, Citra Merek, Harga dan Promosi Terhadap Proses Keputusan Pembelian Konsumen Minuman Isotonik Pocari Sweat*.
- Chusnah, & Zaenuri, A. (2020). *Pengaruh Celebrity Endorser dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Luwak White Koffie (Studi Warung Nasi Pemaalang, Jakarta Timur). Kinerja Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 2(2), 77–92.
- Djawoto, D. (2018). *Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Vivo. Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)*, 7(6).
- Fahmi. (2016). *Perilaku Konsumen (Cetakan Pe)*. Alfabeta.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 19 (Edisi Ketu)*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Indah, D. R., Afalia, I., & Maulida, Z. (2020). *Pengaruh Citra Merek , Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk Hand and Body Lotion Vaseline (Studi Kasus pada Mahasiswa Universitas Samudra) The Influence of Brand Image , Product Quality and Price on Purchase Decision of Vaseline. Jurnal Samudra Ekonomi Dan Bisnis*, 11(28), 83–94. <https://doi.org/10.33059/jseb.v11i1.1983>
- Kertamukti, R. (2014). *Strategi Kreatif dalam Periklanan (1st ed.)*. PT Raja Grafindo Persada.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2013). *Manajemen Pemasaran (12 ed., Vol. 2)*. Erlangga.
- Kotler, P. (2014). *Manajemen Pemasaran: Analisis Perencanaan Implementasi Kontrol (Jilid 1)*. Prenhalindo.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). *Prinsip-prinsip Pemasaran (T. B. Sabran (ed.); Edisi 12)*. Erlangga.
- Larika, W. (2020). *Pengaruh Citra Merek, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Oppo. Jurnal Manajemen Modal Insani dan Bisnis (JMMIB)*, 1(No 1), 128–136.
- Lk, A. M. K., Arimbawa, I. G., & Damayanti, E. (2019). *The Influence of Celebrity Endorser, Product Quality and Price on Purchase Decisions and Customer Satisfaction on Vivo Brand Smartphones in SURABAYA. Journal of World Confirence (JWC)*, 1(2), 252–256.

- Malau, H. (2017). *Manajemen Pemasaran*. Alfabeta.
- Manap, H. A. (2016). *Revolusi Manajemen Pemasaran*. Alfabeta.
- Misra, S. K., Mehra, P., & Kaur, B. (2019). *Factors Influencing Consumer Choice of Celebrity Endorsements and their Consequent Effect on Purchase Decision*. *International Journal on Emerging Technologies*, 10(2), 392–397.
- Munawaroh, Gusteti, Y., & Resty, F. (2021). Pengaruh *Celebrity Endorser*, Citra Merek dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah (Studi Kasus Mahasiswi Asrama Undhari). *Jurnal Ilmiah Manajemen Ubhara*, 1(No 1), 170–171.
- Peter, Paul, J., & Olson, J. C. (2013). *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran* (Jilid 9). Salemba Empat.
- Pertiwi, L. D. A. R., & De, L. 2019. Pengaruh Citra Merek dan *Celebrity Endorser* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Wardah *Exclusive Matte Lipcream*. *Jurnal Ilmu Manajemen*7 (2), 307-315.
- Putri, R. M. (2021). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan *Celebrity Endorser* Terhadap Minat Beli Produk Scarlett *Whitening* (Studi Kasus Pada Perempuan di Surakarta). *Jurnal Ekobis Dewantara*, 4(2), 78–88.
- Ramlawati, & Lusyana, E. (2020). Pengaruh *Celebrity Endorsement* dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Produk Kecantikan Warah Pada Mahasiswi HPMM Cabang Maiwa di Makassar. *Jurnal Manajemen Dan Organisasi Review (MANOR)*, 2(0411), 65–75.
- Sangadji, S. (2013). *Perilaku Konsumen* (1st ed.). CV. Andi Offset.
- Shimp, T. A. (2014). *Komunikasi Pemasaran Terpadu Dalam Periklanan dan Promosi* (edisi 8). Salemba Empat.
- Siregar, W. S., Margareth, C. C., Fitri, N., Bisnis, M., Niaga, A., & Medan, P. N. (2021). Pengaruh *Celebrity Endorser* dan *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlett *Whitening* Pada Mahasiswa di Kota Medan. *Konferensi Nasional Sosial Dan Engineering Politeknik Negeri Medan*, 1(1), 665–674.
- Sugiyono. (2019). *Metode penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* (1st ed.). CV Alfabeta.
- Suwarman, U. (2015). *Pemasaran Strategik: Perspektif Perilaku konsumen Dan Marketing Plan*.
- Swastha, B. I. (2011). *Manajemen Pemasaran Modern*. Liberty.
- Tjiptono, F. (2016). *Strategi Pemasaran*. Penerbit Andi Offset.
- <https://scarlettwhitening.com/>