

## DAFTAR PUSTAKA

- Aisyi, A. S., & Astuti, R. T. (2022). Analisis Pengaruh Celebrity Entrepreneur Dan Electronic Word Of Mouth (E-Wom) Terhadap Purchase Decision dengan Brand Awareness Sebagai Variabel Mediasi: Studi Kasus Pada Street Boba Di Semarang. *Diponegoro Journal of Management*, 11(5). <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr>
- Anggarini, D. T. (2022). *Jurnal Ekonomi dan Manajemen Generation Z And Millennial Perspectives To Become Entrepreneurs In The Era Of Gig Economy Introduction The Indonesian Minister of Tourism and Creative Economy, encourages the millennial.*
- Arikunto, S. (2019). Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif. Dalam *Yogyakarta: Bumi Aksara.*
- Ayuningtyas, F., Pratiwi, M. M., & Manihuruk, H. (2023). Terpaan Media Di Instagram Terhadap Brand Image Pada Followers Akun Instagram @menantea.toko. *Ekspresi dan Persepsi : Jurnal Ilmu Komunikasi*, 6(2), 205–217. <https://doi.org/10.33822/jep.v6i2.4437>
- Budiyanto, E. (2023). *Analisis Perilaku Konsumen Dalam Pembelian Produk Pada Toko Roti di Surabaya.* 2(3), 2020. <https://ojs.uniyos.ac.id/index.php/YSEJ>
- Hamidun, M. A. (). *Pengaruh Electronic Word Of Mouth Terhadap Purchase Intention Melalui Brand Image SKRIPSI Diajukan untuk Ujian Sarjana Pada Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya.*
- Hunter, Erik. (2009). *Celebrity entrepreneurship and celebrity endorsement: Similarities, differences and the effect of deeper engagement.* Jönköping International Business School.
- Jacobs dr AD Beldad, S. R. (2019). *Celebrity Entrepreneurs vs Social Media Influencers: An Analysis of the Interplay of Endorser Type and e-WOM Valence on Consumers' Purchase Intention.*
- Kristinawati, A. (2020). *Pengaruh Brand Image, Perceived Quality Dan Ewom Terhadap Purchase Intention Mobil di Jakarta.*
- Meskarani, F., Ismail, Z., & Shanmugam, B. (2019). Online Purchase Intention: Effects of Trust and Security Perception. *Australian Journal of Basic and Applied Sciences*, 7(6), 307–315.
- Rusiana, D., Setyo Iriani, S., & Dwijanto Witjaksono, A. (2023). Pengaruh Celebrity Endorser dan Electronic Word of Mouth terhadap Minat Beli dengan Brand Image sebagai Variabel Mediasi pada E-commerce Tokopedia. *Juni*, 12(2), 410–429. <https://doi.org/10.30588/jmp.v12i2.1081>
- Setiawan, L. (2021). Pengaruh Celebrity Endorsement Terhadap Purchase Intention Dengan Brand Awareness Sebagai Variabel Mediasi Pada Produk Green Tea Esprecielo Allure. [https://doi.org/10.9744/pemasaran.12.1.53–60](https://doi.org/10.9744/pemasaran.12.1.53-60)
- Siahaan, A. C., Ginting, M., & Br Ginting, L. T. R. (2023). Pengaruh Brand Ambassador, Brand Image dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Menantea di Kota Medan. *Jurnal Wira Ekonomi Mikroskil*, 13(1), 80–91. <https://doi.org/10.55601/jwem.v13i1.958>
- Sudirman, A., Wijaya, A., Sherly, S., Halim, F., & Nainggolan, A. B. (2021). Purchase Intention Produk Smartphone ditinjau dari Aspek Brand Management. *Journal of Management*

- and Business Review, 18(2), 413–430. <https://doi.org/10.34149/jmbr.v18i2.292>
- Sugiyono, P. D. (2017). *Metode penelitian bisnis: pendekatan kuantitatif, kualitatif, kombinasi, dan R&D*. Dalam Penerbit CV. Alfabeta: Bandung.
- Sutandi, S., & Aulia, S. (t.t.). Analisis Brand Ambassador Jerome Polin Pada Brand Menantea.
- Tumundo, K., Kindangen, P., Gunawan, E., I Tumundo, K. T., Kindangen, P., & Gunawan, E. M. (2022). The Influence Of Celebrity Endorsements And Electronic Word-Of-Mouth Of Generation Z Purchase Decision Of Scarlett Whitening Products Pengaruh Celebrity Endorsement Dan Electronic Word-Of-Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Generasi Z Terhadap Produk Scarlett Whitening. 10(3), 850–860.
- Watung, M., Massie, J. D., Ogi, I. W., & Ekonomi dan Bisnis Jurusan Manajemen, F. (2022). Pengaruh Electronic Word Of Mouth Dan Celebrity Endorser Dengan Brand Image Terhadap Purchase Intention Pembelian Tiket Online (Studi Pada Situs Traveloka) Influence Of Electronic Word Of Mouth And Celebrity Endorse With Brand Image To Online Ticket Buying Purchase Intention (Study At Traveloka App). 10(1), 1181–1191.
- Zulaiha, A. R., & Yulianto, A. E. (2022). Pengaruh Brand Ambassador, Social Media Marketing Dan Online Customer Review Terhadap Minat Beli.
- Yayuk, S., & Sugiyono, S. (2019). Pengaruh kepemimpinan kepala sekolah dan biaya pendidikan terhadap kualitas proses belajar mengajar dan dampaknya dengan kompetensi lulusan SMK di kabupaten Gunungkidul. *Jurnal Akuntabilitas Manajemen Pendidikan*, 7(1), 84–96.
- Tahir, J., Rusnaena, Musmulyadi, Nurhayati, S., & Hamid, A. (2022). YUME : Journal of Management Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Konsumen di Cafe Nuara Kota Parepare (Analisis Ekonomi Syariah). *YUME : Journal of Management*, 5(3), 47–56. <https://doi.org/10.2568/yum.v5i3.2162>
- Sasongko, S. R. (2021). Faktor-Faktor Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Pelanggan (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 3(1), 104–114.
- Vogel, T. (2014). *Breakthrough thinking: A guide to creative thinking and idea generation*. Simon and Schuster.
- Wang, C.L., Ahmed, P.K. (2004). *Technology Analysis & Strategic Management*, 12(2), 263–281. The development and validation of the organisational innovativeness construct using confirmatory factor analysis. *European Journal of Innovation Management*, 7(4), 303–313.
- Yulia Budiarti, L., Noor Akbar, S., Studi Psikologi, P., & Kedokteran, F. (n.d.). *Analysis Self Efficacy And Psychological Well Being Merchantmen On Tradisional And Floating Market Lok Baintan Sungai Tabuk*
- MARTAPURA Dwi Nur Rachmah (Vol. 04, Issue 02). <https://banjarmasinpost>.
- Zulaiha, A. R., & Yulianto, A. E. (n.d.). PENGARUH BRAND AMBASSADOR, SOCIAL MEDIA MARKETING DAN ONLINE CUSTOMER REVIEW TERHADAP MINAT BELI.
- Sutandi, S., & Aulia, S. (n.d.). Analisis Brand Ambassador Jerome Polin Pada Brand Menantea.