

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D., A., dan Biel, A., L., (2020) *Brand Equity and Advertising: Advertising Role In Building Strong Brand*, Lawrence Erlbaum Associates, Inc., Hillsdale..
- Chernev, A. (2020). *The marketing plan handbook*. Cerebellum Press..
- Firmansyah, M. A. (2019). *Buku Pemasaran Produk dan Merek*. Jawa Timur : Qiara Media, 336.
- Heda, N.R., (2017) Pengaruh Celebrity *Endorser* dan *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian Sampo (Studi Kasus Pada Merek Clear). *Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta*.
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Surabaya Unitomo Press.
- Khuong, M., & Tran, N. H. (2018). The Impacts of Product Packaging Elements on *Brand Image* and Purchase Intention—An Empirical Study of Phuc Long's Packaged Tea Products. *International Journal of Trade, Economics and Finance*, 9(1), 8-13.
- Kotler, P., & Amstrong (2018) *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Edisi 12. Jilid 1. Alih Bahasa : Bob Sabran. Jakarta : Erlangga
- Negara, A. A. N. D. ., Arifiin, Z., & Nuralam, I. P. (2018). Pengaruh Kualitas Produk dan *Brand Image* Terhadap Minat Beli (Survei Pada Pembeli Di Gerai Starbucks Di Kota Surabaya). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 61(2), 202–209.
- Panuju, R. (2019). Komunikasi pemasaran: *pemasaran sebagai gejala komunikasi komunikasi sebagai strategi pemasaran*. Prenada Media..
- Pratiwiningsih, I.,(2018). Pengaruh Celebrity *Endorser* Terhadap Keputusan Pembelian Melalui *Brand Image*. Universitas Negeri Semarang
- Prihartini, Y., Buska, W., & Yusmarni, Y. (2022). Implementation of Online Arabic Learning With the Help of WhatsApp Media During the Covid-19. In Proceedings of the 4th International Colloquium on Interdisciplinary Islamic Studies in conjunction with the 1st International Conference on Education, Science, Technology, Indonesian and Islamic Studies, ICIS and ICESTIIS 2021, 20-21 October 2021, Jambi, Indonesia.

- Rahmah, I. (2019). *Pengaruh Celebrity Endorser, Brand Image, Dan Product Quality Terhadap Keputusan Pembelian Nature Republic* (Doctoral Dissertation, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Yogyakarta)..
- 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)*, 1(1).
- Rosita, D., & Novitaningtyas, I. (2021). Pengaruh Celebrity Endorser dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Wardah pada Konsumen Mahasiswa. *INOBISS: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia*, 4(4), 494-505.
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Bisnis : Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R& D*. Bandung: Alfabeta.
- Suhardi, D., & Irmayanti, R. (2019). Pengaruh celebrity endorser, citra merek, dan kepercayaan merek terhadap minat beli konsumen. *Jurnal Inspirasi Bisnis Dan Manajemen*, 3(1), 53.
- Syafitri, D. (2022). *Pengaruh Celebrity Endorser Terhadap Brand Image Produk Pond's (Study Kasus Pengguna Produk Pond's Di Kalangan Mahasiswa Manajemen Universitas Islam Riau)* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Riau).
- Tanady, E. S., & Fuad, M. (2020). Analisis pengaruh citra merek dan kualitas layanan terhadap keputusan pembelian Tokopedia di Jakarta. *Jurnal Manajemen*, 9(1).
- Tazkiyatunnisa, M. (2019). *Pengaruh Celebrity Endorser, Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Maybelline* (Doctoral Dissertation, Skripsi, Universitas Muhammadiyah Magelang).
- Triputranto, B., & Nurdiansyah, F. (2021). Pengaruh celebrity endorser terhadap minat akses situs web dan aplikasi tokopedia (studi kasus pada iklan tokopedia X bts). *Pro Mark*, 11(1), 9-9.
- Yusuf, A. (2021). The Influence of Product Innovation and Brand Image on Customer Purchase Decision on Oppo Smartphone Products in South Tangerang City. *Budapest International Research and Critics Institute (BIRCI-Journal): Humanities and Social Sciences*, 4(1), 472–481.

Zahra, R., & Rina, N. (2018). Pengaruh celebrity *endorser* Hamidah Rachmayanti terhadap keputusan pembelian produk online shop mayoufit di Kota Bandung. LONTAR: Jurnal Ilmu Komunikasi, 6(1), 43-55

