

## DAFTAR PUSTAKA

- Adiwidjaja, A. J., & Tarigan, Z. J. H. (2017). *Pengaruh Brand Image dan Brand Trust terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Converse*.
- Ali, H. (n.d.). *Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan*. Yogyakarta. CAPS (Center For Academic Publishing Service). 2013.
- Ariani, D. (n.d.). *Your money your attitude: 3 hal dasar yang menyelamatkan*. Jakarta: Transmedia Pustaka. 2015.
- Azwar, & Saifuddin. (2010). *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Best, R. J. (2013). *Market-Based Management, 6th edition*. New Jersey: Prentice Hall.
- Bimal Anjum, et, A. (2012). *Impact of Celebrity Endorsed Advertisiments on Consumers*. *Asia Pacific Journal of Marketing & Management Review*.
- Bramantya, Y. B., & Jatra, M. (2016a). *Pengaruh Celebrity Endorser dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Yamaha Jupiter MX di Kota Denpasar*. 5, 3.
- Bramantya, Y. B., & Jatra, M. (2016b). *Pengaruh Selebrity Endorser Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Yamaha Jupiter MX di Kota Denpasar*. 5.
- Chusnah, & Zaenuri, A. (2020). *Pengaruh Celebrity Endorser dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Luwak White Koffie*. 2.
- Ghozali, I. (2012). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 20*. Semarang: Badan Penerbit – Universitas Diponegoro.
- Ghozali, & Imam. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro: Semarang.
- Adiwidjaja, A. J., & Tarigan, Z. J. H. (2017). *Pengaruh Brand Image dan Brand Trust terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Converse*.

- Ali, H. (n.d.). *Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan*. Yogyakarta. CAPS (Center For Academic Publishing Service). 2013.
- Ariani, D. (n.d.). *Your money your attitude: 3 hal dasar yang menyelamatkan*. Jakarta: Transmedia Pustaka. 2015.
- Azwar, & Saifuddin. (2010). *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Best, R. J. (2013). *Market- Based Management, 6th edition*. New Jersey: Prentice Hall.
- Bimal Anjum, et, A. (2012). *Impact of Celebrity Endorsed Advertisiments on Consumers*. *Asia Pacific Journal of Marketing & Management Review*.
- Bramantya, Y. B., & Jatra, M. (2016a). *Pengaruh Celebrity Endorser dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Yamaha Jupiter MX di Kota Denpasar*. 5, 3.
- Bramantya, Y. B., & Jatra, M. (2016b). *Pengaruh Celebrity Endorser Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Yamaha Jupiter MX di Kota Denpasar*. 5.
- Chusnah, & Zaenuri, A. (2020). *Pengaruh Celebrity Endorser dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Luwak White Koffie*. 2.
- Ghozali, I. (2012). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 20*. Semarang: Badan Penerbit – Universitas Diponegoro.
- Ghozali, & Imam. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro: Semarang.
- Hardani, Auliya, N. H., Andriani, H., Fardani, R. A., Ustiawaty, J., Utami, E., ... Istiqomah, R. R. (2020). *Buku Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*. Pustaka Ilmu.
- Hasibuan, & S.P, M. (2011). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: PT Bumi Askara.
- Husein, U. (2011). *Metode Penelitian Untuk Skripsi Dan Tesis Bisnis Edisi II*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Husein, & Umar. (2011). *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. Jakarta : Raja

*GrafindoPersada.*

Husein Umar. (2014). *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis. Edisi-2. Cetakan ke-13. Jakarta : Rajawali Pers.*

Kalangi, N. J., Tamengkel, L. F., & Walangitan, O. (2019). *Pengaruh Celebrity Endorser Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Shampoo Clear. 8.*

Kiswalini, A., & Nurcahya., K. (2014). *Pengaruh Celebrity Endorser, Brand Image, dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian. Jurnal Manajemen. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana.*

Kiswalini, A., & Nurcahya, I. K. (2014). *Pengaruh Celebrity Endorser, Brand Image, dan Kepercayaan Konsumen terhadap Keputusan Pembelian. 1.*

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *The Buying Decision Process. Marketing Management 15th Edition (p. 195). England: Pearson Education.*

Kotler, Philip, & Amstrong, G. (2014). *Principles of Marketin, 12th Edition, Jilid 1 Terjemahan Bob Sabran Jakarta : Erlangga.*

Kotler, Philip, & Kevin Lane, K. (2016). *Marketing Management. 15 ed Pearson Education Limited. New York.*

Loviana, Isella., Wirawan, Y. G., & Dewi, W. A. K. (n.d.). *Persepsi terhadap celebrity endorser pada iklan ksmetik dan minat beli pada mahasiswa. 2012.*

Mullins, J. W., & Walker Jr, O. C. (n.d.). *Marketing Management: A Strategic Decision-Making Approach, 8th Edition, McGraw-Hill International Edition. 2013.*

Nisrina. (2015). *Bisnis Online: Manfaat Media Sosial dalam Meraup Uang. Yogyakarta: Kobis.*

Nugroho, I. D., & Sarah, S. (2021). *PENGARUH BRAND IMAGE DAN CELEBRITY ENDORSER TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi Pada Konsumen Busana Muslim Merek MaliQa). 20, 1.*

- Nurdiana, M. (2019). *PENGARUH CELEBRITY ENDORSE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KOSMETIK (Studi Kasus Pada Konsumen Wardah Mahasiswi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi)*.
- Parengkuan, V., Tumbel, A., & Wenas, R. (2014). *Analisis Pengaruh Brand Image dan Celebrity Endorsement terhadap Keputusan Pembelian produk sampo head and shoulders di 24 MART MANADO*.
- Percy, & Rositter. (2015). Kertamukti, R. *Strategi Kreatif dalam Periklanan: Konsep Pesan, Media, Branding, Anggaran*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Peter, J. P., & Olson., J. C. (2013). *Perilaku dan Strategi Pemasaran*. Edisi 9 buku 1. Jakarta Selatan: Salemba Empat.
- Prabawani, K. A. W. & B. (2021). *PENGARUH BRAND IMAGE, KUALITAS PRODUK DAN JINGLE IKLAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (STUDI PADA KONSUMEN SARI ROTI DI SEMARANG)*.
- Prabowo, A. (2013). *Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Brand Trust, Brand Image dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Brand Loyalty Pada Air Mineral Aqua (Studi Kasus Pada Konsumen Air Mineral Aqua di Wilayah Tangerang Selatan)*.
- Prawira, & Atmaja., P. (2012). *Psikologi Pendidikan: Dalam Perspektif Baru*. Jogjakarta: Ar-Ruzz Media.
- Rahmawati, M. C. (2018). *Pengaruh Celebrity Endorser, Credibility Endorser, dan Attraction Celebrity Endoser Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik MayBelline (Studi Pada Mahasiswi Universitas Muhammadiyah Purwokerto)*.
- Rangkuti, F. (2012). *Studi Kelayakan Bisnis dan Investasi*, Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Rivai, Veithzal, & Mulyadi., D. (2012). *Kepemimpinan dan Perilaku Organisasi Edisi Ketiga*. Jakarta : PT. Rajagrafindo Persada.
- Robbins, P., S., & Coulter., M. (2012). *Management, Eleventh Edition, (United States of America:*

*Pearson Education Limited).*

Salsabila, D. F., & Hidayati, L. L. A. (2021). *Pengaruh celebrity endorser dan brand image terhadap keputusan pembelian konsumen di Shopee (Studi empiris pada karyawan bank Jateng di wilayah Kedu).*

Saraswati, M. S. (2018). *Social Media and the Political Campaign Industry in Indonesia. Jurnal Komunikasi Ikatan Sarjana Komunikasi Indonesia, Vol. 3(1), 51-65.*

Schiffman, L., & Kanuk, L. L. (2014). *Perilaku Konsumen. Jakarta: Indeks.*

Sivesan, S. (2013). *Customer Perception towards Relationship Marketing and Personal Demographic Variables: A study of Jaffna District, Srilanka.*

Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&B. Bandung: Alfabeta.*

Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung : Alfabeta, CV.*

Sugiyono. (2018a). *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods). Bandung: CV Alfabeta.*

Sugiyono, P. D. (2018b). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D.*

Suharno, & Sutarso, Y. (2010). *Marketing In Practice. Yogyakarta: Graha Ilmu.*

Sukma, K. A. D. S. K., Nurcahya Ketut, I., & Suryani, A. (2016). *Pengaruh Celebrity Endorser, Brand Image dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pembersih Wajah Men's Biore. 5.*

Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran. Edisi 4: Andi.*

Tjiptono, & Fandy. (2011). *Manajemen dan Strategi Merek.*

Tjiptono, & Fandy. (2015). *Brand Management & Strategy. Yogyakarta : Andi.*

Tjondrokoesoemo, M. (2017). *Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian. 2.*

Widodo, T. (2015). *Pengaruh Labelisasi Halal dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian*

*Konsumen pada Produk Indomie (Studi Kasus Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta). Skripsi. Universitas Muhammadiyah Surakarta. Surakarta.*

<https://glints.com/id/lowongan/brand-image/#.YQ1Pb4gzbIU>

<https://glints.com/id/lowongan/brand-ambassador-adalah-2/#.YQ4P9IgzblV>

<https://kemenperin.go.id/artikel/20641/Industri-Pakaian-Jadi-Catatkan-Pertumbuhan-Paling-Tinggi>

