

DAFTAR PUSTAKA

- Abubakar, & Anwar. (2013). *Analisis Karakter Dan Kearifan Lokal Dalam Pembelajaran Sosiologi Di Kota Banda Aceh*. Jurnal Komunitas Research & Learning in Sociology and Antropology, 5(2), 287–295.
- Amelia, R., & Rahayu, D. (2022). *Pengaruh Brand Image, Experiential Marketing, dan Product Quality terhadap Customer Loyalty Merek Tropicana Slim pada Premium Community*. Maeswara: Jurnal Riset Ilmu Manajemen dan Kewirausahaan, 1(6), 105-115
- Amelia, R., & Rahayu, D. (2023). *Celebrity Endorser and Its Impact on Brand Perception*. International Journal of Marketing Studies, 14(3), 25-38.
- Anas, A. A., & Sudarwanto, T. (2020). *Pengaruh Celebrity Endorser terhadap Keputusan Pembelian di Eiger Store Royal Plaza Surabaya*. Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN), 8(3), 953–958.
- Andrianto, N. F., & Sutrasnawati, E. (2016). *Pengaruh Celebrity Endorser dan Brand Image pada Proses Keputusan Pembelian*. Management Analysis Journal, 5(2), 104–109.
- Anggraeni, M., & Asnawati, A. (2018). *Pengaruh celebrity endorsement terhadap purchase intention dengan brand image sebagai variabel intervening (studi kasus iklan produk perawatan kecantikan wardah)*. Prosiding SNMEB (Seminar Nasional Manajemen Dan Ekonomi Bisnis).
- Arsyad. (2015). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Gramedia. Jakarta
- Asiva Noor Rachmayani. (2015). *Pengaruh Celebrity Endorser Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Citra Merek Pada Kosmetik Wardah Di Kota Semarang*. Skripsi. Fakultas Ekonomi. Universitas Negeri Semarang.
- Apriyani, Y. (2018). *Pengaruh brand image, harga dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian ulang Pizza Hut di Kota Padang*. Skripsi. Universitas Negeri Padang.
- Bramantya, Y. B., & Jatra, M. (2016). *Pengaruh Celebrity Endorser dan Brand*

- Image Terhadap Keputusan Pembelian Yamaha Jupiter MX Di Kota Denpasar*. E-Jurnal Manajemen Unud, 5(3), 1745–1771.
- Cahya, A. D., dkk. (2021). *Pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap keputusan pembelian (Studi Kasus Roti Bakar 97)*. Skripsi. Universitas Negeri Malang.
- Cohen, J. (1988). *Statistical power analysis for the behavioral sciences* (2nd ed.). Lawrence Erlbaum Associates
- Chin, W. W. (1998). *The Partial Least Squares Approach to Structural Equation Modeling*. In G. A. Marcoulides (Ed.), *Modern Methods for Business Research* (pp. 295–336). Lawrence Erlbaum Associates.
- Darmansyah, Salim, M., & Bachri, S. (2014). *Pengaruh Celebrity Endorser terhadap Keputusan Pembelian Produk di Indonesia (Penelitian Online)*. Jurnal Aplikasi Manajemen, 12(2), 230–238.
- Deliyanti, O. (2012). *Manajemen Pemasaran Modern*. Laksbang Prerssindo. Yogyakarta
- Fajar, C. M., & Sulistiawati, S. (2024). *Pengaruh Akuntabilitas, Transparansi, Dan Partisipasi Terhadap Efektivitas Pengelolaan Dana Bos*. Jurnal Financia, 5(2), 70–80.
- Ferdinand, A. (2014). *Metode Penelitian Manajemen (5th ed.)*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Foster, B. (2017). *Impact of Brand Image on Purchasing Decision on Mineral Water Product “Amidis” (Case Study on Bintang Trading Company)*. American Research Journal of Humanities and Social Sciences, 2(1), 1–11.
- Geigle, M., & Malhotra, N. K. (2011). *The Expatriate Experience: A Case Study Of A Pharmaceutical Company In The European Union*. International Business & Economics Research Journal (IBER), 8(4).

- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I., & Latan, H. (2012). *Partial Least Squares: Konsep, Teknik dan Aplikasi SmartPLS 2.0 M3*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2017). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)*. Thousand Oaks: Sage Publications
- Handayani, L., & Prasetyo, B. (2021). *Evaluating Brand Image through Consumer Perception Dimensions*. Jurnal Manajemen dan Bisnis, 14(2), 201-218
- Heruwati, E. (2010). *Analisis Pengaruh Daya Tarik, Kredibilitas, Dan Keahlian Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha Mio (Studi pada konsumen PT Harpindo Jaya Jl. Dr. Cipto No.61 Semarang)*. Journal of Research in Personality, 6(1).
- Ikaningsih, I., Yulianeu, Haryono, A. T., & Purwana, E. G. (2017). *Pengaruh Kualitas Produk, Celebrity Endorser, Dan Daya Tarik Iklan Terhadap Intensitas Pembelian Dengan Brand Image Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Produk Air Minum Dalam Kemasan Di Wilayah Kecamatan Tembalang Kota Semarang*. Jurnal Manajemen, 3(3). <https://jurnal.unpand.ac.id/index.php/MS/article/view/726>
- Jayanti, A. A., & Siahaan, P. L. (2021). *Pengaruh celebrity endorser dan brand image terhadap keputusan pembelian lipstik Pixy mahasiswa STIE Bina Karya*. Jurnal Manajemen dan Bisnis, 10(2), 112–123
- Keller, K. L., & Swaminathan, V. (2020). *Strategic Brand Management: Building, Measuring, and Managing Brand Equity*. Global Edition, 5/E. Pearson.
- Kertamukti. (2015). *Strategi Kreatif dalam Periklanan: Konsep Pesan, Media,*

Branding, Anggaran. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.

Khan, A., & Lodhi, S. (2016). *Influence of Celebrity Endorsement On Consumer Purchase Decision : A Case Of Karachi*. Imperial Journal Of Interdisciplinary Research (IJIR), 2(1), 102–111.

Kiswalini, A., & Nurcahya, I. K. (n.d.). *Pengaruh Celebrity Endorser , Brand Image , Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian*. Skripsi. Fakultas Ekonomi. Universitas Diponegoro..

Kotler, & Keller. (2012). *Manajemen Pemasaran (Edisi 13 J)*. Erlangga. Jakarta.

Kuncoro. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Erlangga. Jakarta.

Kurniawan, F. J., & Kunto, Y. S. (2014). *Analisa Pengaruh Visibility, Credibility, Attraction, Dan Power Celebrity Endorser Terhadap Brand Image Bedak Marcks Venus*. Jurnal Manajemen Pemasaran Petra, 2(1), 1–8.

Kurniawan, P. T. (2016). *Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Laptop Asus di CV Global Technology Nganjuk*. E-Jurnal Stie Nganjuk, 5(2), 51–68.

Kurniawati, L. D. (2015). *Dampak Pengungkapan Sumber Daya Manusia Terhadap Reputasi Perusahaan*. Skripsi. Universitas Sanata Dharma Yogyakarta.

Kurniawan, F. J. (2022). *Analisa Pengaruh Visibility, Credibility, Attraction, dan Power Celebrity Endorser terhadap Brand Image Bedak Marcks Venus*. Jurnal Strategi Pemasaran, 16(1), 101-114

Lely Noormindhawati. (2014). *Celebrity Endorsement: A Literature Review*. Journal of Marketing Management, 15(4), 291–314.

Lestari, S., & Wijaya, T. (2021). *Pengaruh Preferensi Merek dan Metode Pembayaran terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Olahan*.

Jurnal Ekonomi dan Bisnis, 10(3), 89-102

Lestari, A., & Fitria, R. (2023). *Pengaruh Brand Image dan Brand Ambassador terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlett Whitening*. Jurnal Pendidikan Tata Niaga, 11(1), 1-10.

Mahardika, M., (2014). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Edisi Ke-12. Jakarta: Erlangga

Mandagi, Kalangi, & Mukuan. (2018). *Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Samsung Android di Gerai IT Center Manado*. Jurnal Administrasi Bisnis, 6(4), 54–61.

Maulidiya, F. (2021). *Pengaruh brand image, kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada Domino's Pizza cabang Ciputat*. Skripsi. Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta.

Megayani, M., & Marlina, E. (2019). *Pengaruh Celebrity Endorsement terhadap Purchase Intention melalui Brand Image sebagai Variabel Intervening*. Jurnal Akuntansi Dan Manajemen, 16(01), 175–193.

Muharramah, H., Suhairi, L., & Hamid, Y. H. (2016). *Standarisasi Resep Brownies Kukus Dengan Penambahan Tepung Pisang Owak (Musa Paradisiaca, L)*. Jurnal Ilmiah Mahasiswa Pendidikan Kesejahteraan Keluarga, 1(1), 32–42.

Mulyana, M., & Sutapa, S. (2016). *The Impact of Entrepreneurial Orientation and Collaborative Networks on Creative Industries Performance*. Jurnal Dinamika Manajemen, 7(2), 166–181.

Nasir, N., Khan, S., Sami, P., Sabri, U., & Nasir, S. (2016). *Celebrity Endorsement and Consumer Buying Intention With the Mediating Role of Brand Performance: an Empirical Consumer Perception Study in Fmcg Sector of Pakistan*. Sci.Int.(Lahore), 28(1), 617–624.

Noviyarto, H. (2010). *Pengaruh Perilaku Konsumen Mobile Internet Terhadap*

- Keputusan Pembelian Paket Layanan Data Unlimited Internet CDMA di DKI Jakarta. Jurnal Komunikasi Dan Komputer, 1(2).*
- Nuramanah, E. (2012). *Kajian Aktivitas Antioksidan Kulit Pisang Raja Bulu (Musa paradisiaca L. var sapientum) Dan Produk Olahannya*. Skripsi. Universitas Pendidikan Indonesia.
- Nurchaya, I. K. (2015). *Pengaruh Celebrity Endorser , Brand Image , Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Clear Shampoo Di Kota Denpasar*. Jurnal Ekonomi dan Bisnis, 4(11), 3909–3935.
- Ong, J. O., & Pambudi, J. (2014). *Analisis Kepuasan Pelanggan Dengan Importance Performance Analysis Di Sbu Laboratory Cibitung Pt Sucofindo (Persero)*. Jurnal Teknik Industri UNDIP, IX(1), 1–10.
- Permatasari, & Putri, P. B. (2020). *Pengaruh Celebrity Endorser dan E-Service Quality Terhadap Keputusan Pembelian Dimediasi Oleh Brand Image Pada Produk Softlens Pusbelshop*. Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB, 8(2).
- Puspitasari, D., & Nurjanah, S. (2023). *Pengaruh Brand Image dan Brand Love terhadap Brand Loyalty pada Konsumen Indomie di Kabupaten Kebumen*. TAJAM: Jurnal Administrasi Bisnis, 5(1), 45-56
- Prasetyo. (2015). *Pengambilan Sampel dalam Penelitian Survei*. Rajawali Pers. Jakarta.
- Pratiwiningsih, I. (2018). *Pengaruh Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Brand Image (Studi pada Konsuen Honda Vario di CV. Sumber Makmur Abadi)*. Skripsi. Universitas Negeri Semarang, 1–60.
- Pratama, A., & Sari, M. (2021). *Evaluating Celebrity Endorser Influence on Consumer Loyalty Using SEM-PLS*. Jurnal Riset Manajemen, 10(1), 25-35.
- Pratama, A., & Sari, M. (2023). *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen pada Produk Kuliner Lokal*. Jurnal Riset Manajemen, 12(1), 45-58

- Pudianingsi, A. R., Imaduddin, W., Mufidah, E., & Ardiyanti, E. P. (2022). *Pengaruh Celebrity Endorser Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Mediasi*. Jurnal Akuntansi Keuangan Dan Teknologi Informasi Akuntansi, 3(1), 458–470.
- Purnamasari, S., & Murwatiningsih, M. (2015). *Brand Image sebagai Mediasi Pengaruh Promosi, Harga dan Sikap Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Jamu Nyonya Meneer di Semarang Timur*. Management Analysis Journal, 4(3), 265–272.
- R. Rossiter John. (2014). *Branding explained: defining and measuring brand awareness*. Journal of Brand Management, 533–540.
- Rahmani, R. G., & Bursan, R. (2022). *Pengaruh Celebrity Endorsement, Brand Image dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Produk*. Jurnal Bisnis Dan Manajemen, 10(1), 51–60.
- Rahmawati, E., & Putra, A. (2022). *The Influence of Brand Image Dimensions on Consumer Loyalty: A PLS-SEM Analysis*. International Journal of Marketing Research, 8(3), 56-71
- Ramadhani, I., & Nadya, P. S. (2020). *Pengaruh Celebrity Endorser dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Fesyen Muslim Hijup*. Prosiding Konferensi Nasional Ekonomi Manajemen Dan Akuntansi, 1–14.
- Ringle, C., & Sarstedt, M. (2011). *PLS-SEM: Indeed a Silver Bullet*. Journal of Marketing Theory and Practice, 19(2), 139–152.
- Rinny Meidiyustiani. (2016). *Pengaruh Modal Kerja, Ukuran Perusahaan, Pertumbuhan Penjualan Dan Likuiditas Terhadap Profitabilitas Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (Bei) Periode Tahun 2010 – 2014*. Jurnal Akuntansi Dan Keuangan FE Universitas Budi Luhur, 5(2), 41–59.
- Sabunwala, Z. (2013). *Impact of Celebrity Brand Endorsement on Brand Image*

- and Product Purchases-A Study for Pune Region of India*. International Journal of Research in Business Management, 1(6), 37–42.
- Sadilah, N., & Simamora, M. (2020). *Pengaruh celebrity endorsement terhadap keputusan pembelian melalui brand image skincare Nature Republic*. Skripsi. Universitas Sumatera Utara.
- Sajana, K. V., & Nehru, S. (2013). *Effectiveness of Celebrity Endorsement on Brand Recognition with Special Reference to Trivandrum city, Kerala*. IOSR Journal of Business and Management, 91–96.
- Santoso, S. (2014). *Statistik Multivarian*. Elex Media Komputindo.
- Saparinto, C., & Susiana, R. (2016). *Grow Your Own Fruits : Panduan Praktis Menanam 28 Tanaman Buah Populer Di Pekarangan*. Lily Publisher. Jakarta.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research methods for business: A skill-building approach*. Wiley.
- Sertoglu, A. E., Catli, O., & Korkmaz, S. (2022). *Examining the Effect of Endorser Credibility on the Consumers' Buying Intentions: An Empirical Study in Turkey*. International Journal of Marketing Studies, 14(3), 25-38.
- Setiawan, R., & Susanti, D. (2023). *Dimensi Brand Image dan Dampaknya pada Loyalitas Konsumen*. Jurnal Riset Pemasaran, 15(1), 101-114.
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2004). *Consumer Behavior (8th Edition)*. Upper Saddle River, NJ: Pearson Prentice Hall.
- Shimp, T. A. (2003). *Periklanan Promosi: Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu: Penerjemah; Refyani Sahrial, Dyah Anikasari*. In N. C. Mahanani (Ed.), Advertising promotion and supplemental aspect of integrated marketing communications. Erlangga. Jakarta.
- Shimp, T. A. (2007). *Periklanan Promosi (Aspek Tambahan Komunikasi*

- Pemasaran Terpadu (Edisi Jili)*. Erlangga. Jakarta.
- Simamora, B. (2004). *Riset Pemasaran*. PT. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Simamora, V., & Sadilah, R. (2020). *Pengaruh Celebrity Endorsement Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Brand Image Skincare Nature Republic*. *Journal for Business and Entrepreneurship*, 4(2), 22.
- Sonny Nathaniel Catur Wijaya. (2020). *Pengaruh Celebrity Endorsement Terhadap Brand Image*. *Jurnal Sonny Nathaniel Catur Wijaya*, 8(2).
- Stefani, S. (2013). *Kosmetik Berlabel Halal “Wardah” (Studi kasus pada Mahasiswi UIN Syarif Hidayatullah Jakarta)*. Skripsi. Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta. Bandung.
- Soebakir, B. D., dkk. (2018). *Pengaruh brand, harga dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pelanggan membeli di Kedai Kopi Gudang Imaji Manado*. Skripsi. Universitas Sam Ratulangi.
- Sri Hery Susilowati. (2016). *Celebrity Endorsement, Brand Credibility and Brand Equity*. *European Journal of Marketing*, 45(6), 882–909.
- Tjiptono, F. (2008). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta. Andi.
- Uyung, S. (2007). *Integrated Marketing Communication*. Pustaka Pelajar. Yogyakarta.
- Wardhany, K. H. (2014). *Khasiat Ajaib Pisang*. Yogyakarta Rapha Publishing.
- Widjaja, W., & Wijayadne, D. R. (2023). *Knowledge Hiding in Small Medium Enterprise Owned by Family Business: The Role of Knowledge Complexity, Psychological Ownership and Avoidance Motivation*. *Media Ekonomi Dan Manajemen*, 38(1), 15. <https://doi.org/10.56444/mem.v38i1.3030>

- Wijaya, A. F., & Saryadi. (2016). *Pengaruh Kredibilitas Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Artis Raisa Sebagai Celebrity Endorser Produk Ice Cream Magnum Pada Mahasiswa Undip)*. Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis S1 Undip, 5(3), 291–298.
- Wulandari, A. . S. A., Rahyuda, I. K., & Yasa, N. N. K. (2015). *The Role of Attitude in Mediating Consumer Knowledge Influence Towards the Purchase Intention of Green Product*. Jurnal Dinamika Manajemen, 6(2), 133–144.
- Wulandari, D., & Purwanegara, M. S. (2022). *Advertisement Effectivity: Visibility, Credibility, Attraction and Power on Purchasing Decision and Its Impact on Customer Satisfaction*. Jurnal Aplikasi Manajemen, 20(2), 341-356.
- Wulandari, D., & Setiawan, B. (2022). *Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Ringan*. Jurnal Manajemen Pemasaran, 16(2), 123-135.
- Yusiara, A. (2024). *Pengaruh Celebrity Endorser Dan E-Service Quality Terhadap Keputusan Pembelian Shoppee Melalui Brand Image Suhermin Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya*. Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen, 13(8).