

## DAFTAR RUJUKAN

- A. Shimp, Terence. 2014. Komunikasi Pemasaran Terpadu dalam periklanan dan Promosi. Salemba Empat. Jakarta.
- Audrey, Angelina Nabila dan Dr. Osly Usman, M.Bus. 2021. *Influence Celebrity Endorser, Brand Image, and Brand Trust on Emina's Cosmetics Product Purchase Decisions*.
- Badan Pusat Statistika Kabupaten Buleleng (September 2020). Kecamatan Buleleng Dalam Angka 2021 ISSN: 2477-703X. Diakses pada 17 November 2021, dari <https://bulelengkab.bps.go.id/publication/2021/09/24/kecamatan-buleleng-dalam-angka-2021.html>.
- Fatmaningrum, Sakti Riana dkk. 2020. Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Minuman Frestea. Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, dan Akuntansi) (JIMEA) Vol. 4 No. 1 2020, P-ISSN: 2541-5255 E-ISSN: 2621-5306.
- Ferdinand, Augusty Tae. 2006. Metode Penelitian Manajemen. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. 2011. “Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS”. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hartono, Marcellina Christabele dan Thomas Santoso. 2021. Pengaruh *Endorser* dan *Brand Image* terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Phan-Phan Di Tulungagung. AGORA Vol. 9 No. 2 2021.
- Husen, Akhmad dkk. 2018. Pengaruh Lokasi, Citra Merek dan *Word Of Mouth* terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Mie Ayam Solo Bangsal Jember. Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia Vol. 4 No. 2 Desember 2018 Hal. 127-143.
- Isfahami, Mubdi Mulya dkk. 2021. Pengaruh *Brand Trust* dan *Celebrity Endorse* terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. Jurnal Bisnis & Kewirausahaan Volume 17 Issue 2 2021, ISSN (print) 0216-9843 ISSN (online) 2580-5614.

- Kalangi, Natalia Junni dkk. 2019. Pengaruh *Celebrity Endorser* dan *Brand Image* terhadap Keputusan Pembelian Shampoo Clear. *Jurnal Administrasi Bisnis* Vol. 8. No. 1, 2019, p-ISSN 2338-9605; e-2655-206X.
- Kotler, Amstrong. 2012. *Manajemen Pemasaran, Edisi Ketiga Belas Jilid I*, Terjemahan Bob Sabran. Jakarta: PT. Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management, 15<sup>th</sup> Edition*. Harlow: Pearson Education Limited.
- Kotler, Philip & Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Terjemahan Bob Sabran. Edisi ke 13. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Gary Amstrong. 2014. *Principles of Marketin, 12<sup>th</sup> Edition*. Jilid 1 Terjemahan Bob Sabran Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2012. *Marketing Management*. Edisi 14. *Global Edition*. Pearson Prentice Hall.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2013. *Manajemen Pemasaran Edisi 13 Jilid 1*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Kotler, Philip. 2000. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Mileinium. Jakarta: PT. Indeks Kelompok Gramedia.
- Kotler, Philip. 2002. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Milenium. Jilid 3. Penerbit Prenhallindo: Jakarta.
- Kristanto, Okta Dwi dkk. 2017. Pengaruh *Viral Marketing, Celebrity Endorser* dan *Brand Image* terhadap Keputusan Pembelian Di Distro Rmbl. *Bisma Jurnal Bisnis dan Manajemen* Vol. 11 No. 1 Januari 2017 Hal. 62 – 75.
- Lea-Greenwood, Gaynor. 2012. *Fashion Marketing Communications E-book*. Somerset, NJ, USA: Wiley.
- Lubis, Desy Irana Dewi dan Rahmat Hidayat. 2017. Pengaruh Citra Merek dan Harga terhadap Keputusan Pembelian pada Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Sukma Medan. *Jurnal Ilman* Vol. 5 No. 1 pp. 15-24 Februari 2017, ISSN 2355-1488.

- Munawaroh, Lidyawati dkk. 2021. Pengaruh *Celebrity Endorser*, *E-WOM* dan Harga Yang Kompetitif Terhadap keputusan Pembelian Secara Online. *Jurnal Bisnis Manajemen dan Informatika*.
- Nggilu, Monica dkk. 2019. Pengaruh *Viral Marketing*, *Celebrity Endorser*, dan *Brand Awareness* terhadap Keputusan Pembelian pada Geprek Benu Manado. *Jurnal EMBA Vol.7 No.3 Juli 2019 Hal. 2691 – 2700, ISSN 2303-1174*.
- Oktarini, Riri. 2020. Pengaruh Harga dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Xiaomi di Kota Tangerang. *Jurnal Pemasaran Kompetitif Volume 3 Nomor 3 Juni 2020 Page (Hal) 52-58, ISSN No, (print) 2598-0823 (online) 2598-2893*.
- Pahlevi, Arief Chandra dan Musthofa hadi. 2018. Pengaruh *Brand Image* dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk Shampo Pantene. *JAB Jurnal Aplikasi Bisnis, E-ISSN 2407-5523 ISSN 2407-3741*.
- Pradana, Andre Akhriza dkk. 2020. Pengaruh Pemasaran Viral, Selebriti Endorser dan Kesadaran Merek terhadap Keputusan Pembelian Lazada (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Islam Malang Fakultas Ekonomi Dan Bisnis). *E-Jurnal Riset Manajemen (JRM) Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Unisma*.
- Putra, Prananda Yudhistira dan Santirianingrum Soebandi, SE.,M.Com. 2019. *The Influence of Celebrity Endorser, Brand Image, and Brand Trust on Consumer Purchasing Decisions to Nike Brand Sports Shoes in Surabaya. Journal of World Conference (JWC), E-ISSN: 2656-1174*.
- Ramadhani, Ira dan Prameswara Samofa Nadya. 2021. Pengaruh *Celebrity Endorser* dan *Brand Image* terhadap Keputusan Pembelian Fesyen Muslim Hijup. *Prosiding Konferensi Nasional Ekonomi Manajemen dan Akuntansi (KNEMA), ISSN: 2776-1177 (Media Online)*.
- Rauf, Abdul dkk. 2021. Pengaruh *Celebrity Endorser* dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk Tas Merk Reloas Victory (Studi Pada Pengguna Instagram Di Kota Tangerang). *Dynamic Management Journal Vol. 5 No. 1*.
- Royan, Frans. M. 2004. *Marketing Selebritis, Selebritis dalam Iklan dan Strategi Selebritis Memasarkan Diri Sendiri*. Jakarta: Elek Media Komputindo kelompok Gramedia.

- Santoso, Singgih. 2001. SPSS Versi 11,5 Mengolah Data Statistik Secara Profesional. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Schiffman & Kanuk.. 2007. *Integrated Marketing Communication in Advertising and Promotion*, Edisi Ketujuh, New York: McGrawHill.
- Schiffman, L.G. and L.L. Kanuk. 2004. *8<sup>th</sup> edition. Consumer Behavior Upper Saddle River, New Jersey: Prentice Hall, Inc.*
- Schiffman, Leon dan Kanuk, Leslie L. (2014). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Indeks.
- Shimp, Terence. 2003. *Periklanan Promosi Aspek Aspek Tambahan Komunikasi Terpadu*. Jakarta: Erlangga.
- Siregar, Stephanie Gebiela dan Jontro Simajuntak. 2019. *Pengaruh Celebrity Endorser dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian Scarlett Whitening pada Media Sosial Instagram*.
- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif & RND*. Bandung: CV Alfabeta.
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: CV Alfabeta.
- Supranto & Limakrisna, N. 2011. *Perilaku Konsumen & Strategi Pemasaran*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Tjiptono, Fandy, 2015. *Brand Management & Strategy*. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, Fandy. 2014. *Pemasaran Jasa-Prinsip, Penerapan dan Penelitian*. Yogyakarta: CV. ANDI.
- Top Brand. 2020. "Top Brand Index Enervon-C". Diakses tanggal 30 September 2021, dari [https://www.topbrand-award.com/en/top-brand-index-int/?tbi\\_find=ENERVON-C](https://www.topbrand-award.com/en/top-brand-index-int/?tbi_find=ENERVON-C) .
- Wardani, Atika Dwi dan Lilik Indayani. 2021. *Pengaruh Celebrity Endorser, Citra Merek Dan E-WOM Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada*

Minyak Goreng Sunco. *Academia Open* Vol. 5 (2021) December, DOI 10.21070/acopen.5.2021.2126.

Wulandari, Rizky Desty dan Donant Alananto Iskandar. 2018. Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Kosmetik. *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT* Vol.3 No.1 Februari 2018 11 – 18, P-ISSN 2527–7502 E-ISSN 2581-2165.

