

DAFTAR PUSTAKA

- Afandi, dkk. 2021. Pengaruh *Endorsement Influencer* Instagram Terhadap Keputusan Pembelian pada Generasi Z.
- Amalia, Putri. 2019. Analisa Pengaruh Influencer *Social Media* Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Generasi Z di Kota Surabaya.
- Amraeni, 2018. Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Laptop Asus Pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Negeri Makassar.
- Deisy, Lopian, Mandagie. 2018. Analisis Citra Merek, Harga Produk Dan Kualitas Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Samsung Pada Seluruh Gerai – Gerai Seluler Di It Center Manado.
- Euromonitor International. (2019). Brand Shares Retailing: Euromonitor from Trade Sources National Statistics.
- Ferdinand, A. 2006. Metode penelitian manajemen: pedoman penelitian untuk skripsi. Semarang Univ. Diponegoro.
- Foster, Bob. 2016. 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 (ARJHSS) ISSN (Online) : 2378-7031 Volume 2, 2016. Kotler, Philip dan Garry Armstrong. 2016. Prinsip - prinsip Pemasaran Edisi 13. Jilid 2. Jakarta: Erlangga.
- Ghazali, I. (2013). Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. 2012. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS. Yogyakarta: Universitas Diponegoro.
- Gilaninia, Shahram dan Seyyed J. Mousavian. 2011. The Investigation and Analysis Impact of Brand Image in Iran. African Journal of Business Management, (6)25: 7548 7556
- Grenny. Joseph, dkk. 2013. *Influencer ; Ilmu Baru Dalam Memimpin Perubahan*. Edisi kedua Yang Telah Direvisi. Jakarta : Dunamis Intra Sarana.
- Johansen, I. K. dan Guldvik, C. S., 2017. *Influencer Marketing and Purchase Intentions: How does influencer marketing affect purchase intentions?*. Graduate Thesis, Norwegian School of Economics, Bergen.

- Kadir. 2021. Pengaruh *Influencer*, Gaya Hidup, Citra Merek, Dan Etnosentrisme Terhadap Keputusan Pembelian Produk Merek Lokal Pada Generasi Milenial Kota Makassar.
- Keller, Kevin Lane. 2013. *Strategic Brand Management. Fourth Edition. Harlow: Pearson Education Limited.*
- Keller, L.L. (1993). *Conceptualising, measuring and managing customer based.*
- Kotler, Philip dan Keller. Manajemen Pemasaran Edisi 12 Jilid 2, Jakarta: PT. Macanan Jaya Cemerlang. 2008.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2016 *Marketing Management. Edisi ke-15 England : Pearson Education Limited.*
- Kotler, Philip. 2009. Manajemen Pemasaran. Jakarta: Erlangga.
- Miati. 2020. Pengaruh Citra Merek (*Brand Image*) Terhadap Keputusan Pembelian Kerudung Deenay (Studi pada Konsumen Gea Fashion Banjar).
- Nisrina. 2019. Pengaruh Beauty Vlogger Sebagai Influencer Marketing Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik L'oreal Di Counter Matahari Departement Store Bandung Indah Plaza(Survey Pada Pengunjung L'oreal di Counter Matahari Departement Store Bandung Indah Plaza).
- Pada Merek.” Jurnal Ilmu Politik Dan Komunikasi. Vol VIII No 2. Fakultas Komunikasi Dan Bisnis Universitas Telkom.
- Philip, Amstrong Gary. 2013. Prinsip-prinsip Pemasaran, Edisi ke-12, Hal. 20 Penerbit Erlangga.
- Polancik, G. 2009. Empirical Research Method Poster. Jakarta.
- Rachmy. 2019. Pengaruh *Social Media Influencer* terhadap *Purchase Intention* pada Merek Kosmetik Wardah dengan Brand Image sebagai Variabel Mediasi.
- Rares, Jorie. 2016. *The Effect Of The Price, Promotion, Location, Brand Image And Quality Products Towards The Purchase Decision Of Consumers At Bengkel Gaoel Store Manado Town Square.*
- Sandi. 2020. Pengaruh Citra Merek Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Malang Sebagai Pembeli Sepatu Casual Nike).

- Sari, Anisa. 2013. Pengaruh Citra Merek Dan Keluarga Terhadap Keputusan Pembelian Honda Beat. *Jurnal Ilmu Manajemen*.1 (1). pp : 285-296.
- Sari, Gultom. 2020. *Marketing Strategy In Effort To Increase Competitive Advantage In Small And Medium Enterprises*.
- Schiffman, Leon dan Leslie L. Kanuk. 2008. *Perilaku Konsumen*. Edisi Ketujuh. Diterjemahkan oleh: Zoelkifli Kasip. Jakarta: Indeks.
- Shimp, Terence. 2007. *Periklanan Promosi Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jilid Kesatu, edisi Terjemahan. Jakarta: Erlangga.
- Sugiharto, Ramadhana, S.Psi., M.Psi. 2018. Pengaruh Kredibilitas Influencer Terhadap Sikap Pada Merek (Studi pada Mahasiswa Fakultas Komunikasi dan Bisnis Universitas Telkom).
- Sugiono. 2018. *Metode penelitian manajemen*. Bandung: alfabeda.
- Suiciningtyas, Wulan. 2012. Pengaruh Brand Awareness, Brand Image, Dan Media Communication Terhadap Keputusan Pembelian. *Journal of management analysis*.1 (1). pp : 1-8.
- Sujarweni, V. W. 2014. *Metodologi Penelitian Lengkap, Praktis, dan Mudah Dipahami*. Yogyakarta: Pusaka Baru Press.
- Wijaya, B. S. 2013. Dimensions of brand image: A conceptual review from the perspective of brand communication. *European Journal of Business and Managemrnt*, 5(31), 55-65.
- Wijaya, Mohamad. 2013. Promosi, Citra Merek, Dan Saluran Distribusi Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Terminix Di Kota Manado. *Jurnal EMBA*. 1 (4). pp : 105-114.
- Wiliana, Purnaningsih, Muksin. 2020. Pengaruh *Influencer* dan Sosial Media Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Sate Taichan Goreng di Serpong.