

DAFTAR PUSTAKA

- Amilia, Suri & M. Oloan Asmara Nst.2017. "Pengaruh Citra Merek, Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Handphone Meek Xiaomi di Kota Langsa, "*Jurnal Manajemen dan Keuangan*, 1 (5), 660-669
- Ariwidodo, B. (2009). Studi Mengenai Pengaruh Kepercayaan Merek Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Pendidikan Pasca Sarjana (Studi Kasus Program Pascasarjana Magister Manajemen Universitas Diponegoro Semarang). *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia (Indonesian Journal of Marketing Science)*, 8(2), 187-203.
- Bramantya, Y., & Jatra, I. (2016). Pengaruh Celebrity Endorser Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Yamaha Jupiter Mx Di Kota Denpasar. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 5(3), 255237.
- Citra, T., & Santoso, S. B. (2016). Analisis Pengaruh Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Cetakan Continuous Form Melalui Kepercayaan Merek (Studi Pada Percetakan Jadi Jaya Group, Semarang). *Diponegoro Journal of Management*, 5(2), 158-169.
- Dewi, R. N. T. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek Dan Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian Smarthphone Melalui Minat Beli Sebagai Variabel Intervening. *Ejournal Administrasi Bisnis*, 7(4), 2019.
- Elysia Stephanie, 2013. Pengaruh kredibilitas Endorser terhadap minat beli melalui sikap atas iklan pada produk Shampo L'Oreal di Surabaya. *Jurnal ilmiah mahasiswa Universitas Surabaya*. 2(2): h: 1-21.
- Fransisca, Cindy Tingkir. (2014). "Pengaruh Identitas Merek Terhadap Loyalitas Merek. Melalui Citra Merek Dan Kepercayaan Merek Toyota". *Jurnal Manajemen Pemasaran*, Vol. 8, No. 2, Oktober 2014 Doi: 10.9744/Pemasaran.8.2.62-69 ISSN 1907-235x.
- Hafizah, 2012. Hubungan Kepercayaan Merek dan Kualitas Produk Telkomsel Flash. Terhadap Kepuasan Konsumen Di PT. Telkomsel Grapari Medan Selecta. *Jurnal, Keuangan dan Bisnis*. Vol 4 No.1, Maret 2012.
- Hermawan, Agus. (2012). *Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Penerbit Erlangga
- Ikanita Novirian Sulistyari, & Yoestini, "Analisis Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, dan Harga Terhadap Minat Beli Produk Oriflame (Studi Kasus Pada Mahasiswi Fakultas Ekonomika dan Bisnis Jurusan Manajemen Universitas Diponegoro Semarang), *Diponegoro Journal of Management*", Vol.1 No. 1, 2012
- Janah, Maslichah Raichatul. 2013. Hubungan Antara Citra Merek Mobil Suzuki Dengan Keputusan Pembelian Pada Konsumen Di Dealer Sumber Baru

MobilPurwokerto.Program Studi Psikologi Fakultas Ilmu Kesehatan.
Universitas Sahid Surakarta.

- Juliansyah Noor. 2011. *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Kencana Media Group.
- Kotler, Philip & Armstrong, Gary. (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran Jilid 1*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Kotler, Philip & Kevin Lane Keller. (2008). *Manajemen Pemasaran (Jilid 1 dan 2)*. Klaten: Macana Jaya Cemerlang.
- Kurniawan, M. A. (2017). *Pengaruh Celebrity Endorser terhadap Kepercayaan Konsumen dan Dampaknya pada Minat Beli Konsumen di Online Shop* (Doctoral dissertation, STIE YKPN).
- Luthfia, Widha Emil. 2012. Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, dan Harga terhadap keputusan Pembelian pada Coffee Shop Kofisyop Tembalang. Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Diponegoro Semarang
- Monica, Agnes (2021) *Pengaruh Celebrity Endorser, citra merek, dan kepercayaan merek terhadap minat beli konsumen produk Scarlett*. Skripsi thesis, Sanata Dharma University.
- Montolalu, N. A., Tumbel, T. M., & Walangitan, O. F. (2021). Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Skincare Scarlett Whitening pada Platform Digital. *Productivity*, 2(4), 272-275.
- Manoppo, R., Willem, J.F. 2014. Citra Merek, Kualitas Produk, Dan Promosi Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Parfum *Excite Oriflame*. Jurnal ISSN 2303-1174.
- Pambudi, R. A. (2021). *Pengaruh Brand Image dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Brand Trust Sebagai Variabel Intervening* (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Surakarta).
- Santoso, D. H. (2020). *Pengaruh Celebrity Endorser Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Oppo Dengan Kepercayaan Konsumen Sebagai Variabel Intervening* (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Malang).
- Sekaran, Uma. (2006). *Research Methods For Business: Metodologi Penelitian untuk Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.
- Shimp, Terence A. (2003). *Periklanan Promosi Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Erlangga.
- Siregar, S. G. (2021). *Pengaruh Celebrity Endorser Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Scarlet Whitening Pada Media Sosial Instagram*. (Doctoral dissertation, Prodi Manajemen).

Sugiyono. 2008. Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. BandungAlfabeta

Takaya, R. (2019). the Effect of Celebrity Endorsment on Brand Image and Trust Brand and It'S Impact To Purchaseintention Case Study: Oppo Smartphone. *Business and Entrepreneurial Review*, 17(2), 183. <https://doi.org/10.25105/ber.v17i1.5228>

Wara, F. D. (2018). Pengaruh Celebrity Endorser Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Dengan Citra Merek Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pengguna Oppo Smartphone Di Pusat Penjualan Gadget Giant Magelang). (*Doctoral dissertation, Skripsi, Universitas Muhammadiyah Magelang*).

Zuniarentina, Z. (2019). *Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Yang Dimediasi Oleh Kepercayaan Merek Pada Konsumen Maskara Oriflame Di Surabaya* (Doctoral dissertation, STIE Perbanas Surabaya).