

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad A.A., (2020), *Pengaruh Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian Produk Eiger Store Royal Plaza Surabaya*.
<https://jurnalmahasiswa.unesa.ac.id/index.php/jptn/article/view/35922/31946>
- Habibah, et.al. 2018. *Pengaruh Brand Image dan Celebrity Endorser terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah (Studi pada Perempuan Muslim di Kota Bogor)*. Jurnal Ekonomi Islam, Universitas Ibnu Khaldun Bogor.
- Kotler, philip dan Kevin Lane Keller. 2012. *Marketing Management*. Edisi ke 14. New Jersey: Prentice-Hall Published.
- Devi P.S., dan Audita N., *Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Merek Eiger (Kajian Pada Mahasiswa Universitas Mercu Buana Yogyakarta)*
- Milawati H.W.S., (2020), *Pengaruh Celebrity Endorser Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk "Luwak White Koffie" (Studi Pada Mahasiswa Universitas Sunan Bonang Tuban)*
- Kotler, Philip dan Amstrong, Gray, 2011. *10 th, Edition, "Marketing an Introduction"*, Indonesia: Perason
- Kotler dan Keller, 2012, *Marketing Management, 14 th Edition*, New Jersey: Pearson Education Inc.
- Kotler & Keller. 2016. *Manajemen Pemasaran*, Edisi 12 Jilid 1 dan 2. Jakarta: PT Indeks. ISBN 978-1-292- 09262-1
- Ferdyanto F., *Pengaruh Brand Image, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di J.Co Manado*.

Sumarwan, Ujang. 2018. *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya Dalam Pemasaran*. Bogor: Ghalia Indonesia.

Arikunto, S. (2010), *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. PT. Rineka Cipta

Prof. Dr. Sugiyono, (2016), *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta, CV

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

Santoso, S., (2011a). *Statistika*. Umpo Press.

Santoso, S., (2011a). *Statistika*. Umpo Press.

Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian*. Penerbit Alfabeta.

Ferdyanto F., Joyee L., dan Rita T., (2015). *Pengaruh Brand Image, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di J.Co Manado*

Ema R., (2020). *Pengaruh Brand Image Dan Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah Melalui Minat Beli Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Konsumen Wardah Di Luwes Ponorogo)*

Anis T., (2019). *Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Serta Citra Merek Sebagai Variabel Intervening Terhadap Keputusan Pembelian Produk Nestle Di Surya Juanda Ponorogo*.

Yenni P., (2018). *Pengaruh Celebrity Endorser Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli Sebagai Variabel Intervening (Survei Pada Pengunjung Angkringan Gayeng Ponorogo Yang Pernah Melihat Iklan Dan Membeli Sprite)*

Alfiyah N., (2015). *Pengaruh Celebrity Endorser Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Citra Merek Pada Kosmetik Wardah Di Kota Semarang*.

Ni Made R.W., Dan I Ketut N., (2015). Pengaruh Celebrity Endorser, Brand Image, Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Clear Shampoo Di Kota Denpasar.

Van B.B., Dan Made J. (2016). Pengaruh Celebrity Endorser Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Yamaha Jupiter Mx Di Kota Denpasar.

