

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D. A. (2009). *Managing Brand Equity*. Simon and Schuster
- Abdi C Saptomo (2023) Pengaruh citra merek, harga dan kepuasan konsumen terhadap keputusan pembelian air minum dalam kemasan (AMDK) merek le minerale di Yogyakarta. *Equilibrium jurnal bisnis & akuntansi*. Vol XVII. No 2 (2023)
- Aini F Tabar., Farisi H (2023) Pengaruh kualitas produk, celebrity endorser, dan brand image terhadap keputusan pembelian produk kosmetik. Vol 2. No 1 (2023)
- Alviana. D., Kustiyah E., Setya F Marwati (2023) Keputusan pembelian ditinjau dari celebrity endorser, desain dan kualitas produk air minum dalam kemasan merek le minerale. *Jurnal Educo*. Vol 6 No 1 (2023)
- Darwin M., & Mamondol. M R (2020) *Metode Penelitian pendekatan Kuantitatif*. Jawa Barat: Media Sains Indonesia
- Dhaefina, Z., AR, M. N., Pirmansyah, P., & Sanjaya, V. F (2021). Pengaruh *Celebrity Endorsement, Brand Image*, dan Testimoni terhadap Minat Beli Konsumen Produk Mie Instan Lemonilo pada Media Sosial Instagram. *Jurnal Manajemen*, 7(1), 43-48. <https://doi.org/1035912/sakman>. V 4i1.3074
- Dorthy H. E. S., *et al* (2024). Pengaruh Promosi dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda di PT Indah Sakti Motorindo. *Jurnal of Science and Social Research* (1): 38-43

- Dwi O Kristanto; Indraningrat K; Prasetyaningtiyas S (2017) Pengaruh viral marketing, celebrity endorser dan brand image terhadap keputusan pembelian di distro RMBL. Vol 11. No 1 (2017) Agung R Wicaksono; Nurafni A Octavia; Siful M Aprianto (2023) Pengaruh harga, kualitas produk, dan citra merek terhadap keputusan pembelian indomie di Semarang. Vol 21. No 1 (2023)
- Ediman, R., & sari, d. (2020). Pengaruh *Celebrity Endorsement* terhadap niat Beli Konsumen di Media social. Jurnal Manajemen, 8(2), 123-135.
<https://ojs.unud.ac.id/index.php/manajemen/article/download/104663/54626>
- Eltonia N., & anindita K Hayuningtyas (2022) Pengaruh citra merek, persepsi harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian air minum dalam kemasan (AMDK) merek le minerale 600ml di kota Semarang. Doi 10.37531/mirai. V 7i1.1776. Vol 6, No 2(2022)
- Fandy Tjiptono, 2008, *Strategi Pemasaran*, Edisi Pertama, Andi Offset, Yogyakarta
- Hendra E Priyatna., Aulia R Kamilah (2023) Citra merek dan kesadaran merek terhadap keputusan pembelian air minum dalam kemasan (AMDK) Club. Doi 10.31000/digibis. v2i1. Vol 2. No 1 (2023)
- Indah, D & Nurul, H. 2022, Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, dan *Brand Ambassador* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlett. Vol 1. No 4 (2022)
- Jaiz, M. (2014). Dasar-dasar Periklanan. Yogyakarta: Graha Ilmu.

- Khalik, A., & Maulida, S *et al* (2020) *Perilaku Konsumen (Ruang Lingkup Dan Konsep Dasar)*. Jawa Barat. Penerbit Widya Bhakti Persada Bandung
- Kotler, p & Amstrong, G. 2012 *Prinsip-prinsip Pemasaran Edisi 13 Jilid 1* Jakarta Erlangga
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Marketing Management (14 th ed.) Pearson Education*
- Kotler P. (2009) *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga
- Kurniawan, A. A., & Subhi, F. A. (Desember 2021 r). Pengaruh Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan Menggunakan, dan Pengaruh Sosial Terhadap Minat Menggunakan Go Payment. *FokBis: Fokus Bisnis*, 20(2),14-153
- Kurniawan. W.A., & Puspitaningtyas. Z (2016) *Metode Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta. Pandiva Buku.
- Masri Singarimbun, dan Sofyan Effendi, 2005, *Metode Penelitian Survey*, Edisi Keempat, LP3ES, Jakarta.
- Mohammed, A. A., & Rasyid, B. B (2018) *Brand Image as a top Concept in Marketing; A study on its Impact on Customer Satisfaction and Loyalty. Journal of Marketing Research*, 361
- Nugrah; Latief F; Agunawan (2023) Pengaruh Celebrity endorse dan promosi penjualan terhadap minat beli minuman yotta. Vol 1 no 1 (2023)

- Nugroho, A. (2002). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Studia Press.
- Nurjannah A; Kumalasari F; Ismanto (2023) Pengaruh *Celebrity Endorsement* dan promosi terhadap keputusan pembelian produk melalui *social media* tiktok shop. Doi <https://doi.org/1056444/transformasi>. V 2i4.1115. Vol 2. No 4 (2023)
- Pratama. Y., Fahrurazi *et al* (2023) *Prinsip Dasar Manajemen Pemasaran (Analisis dan Strategi di Era Digital)*. Purbalingga: Cv. Eureka Media Aksara
- Radjab. E & Jam'an A (2017) *Metodologi Penelitian Bisnis*. Makassar: Lembaga Perpustakaan dan Penerbit Universitas Muhammadiyah Makassar
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L (2000). *Perilaku Konsumen* (Edisi ke-7). USA: Pearson Prentice Hall
- Sudirman. A., & Alaydrus. S *et al* (2020) *Perilaku Konsumen dan Perkembangannya di Era Digital*. Jawa Barat: Penerbit widya Bhakti Persada Bandung
- Sugiyono, 2012, *Metode Penelitian Bisnis*, Alfabeta Bandung
- Yanuar R Ihram; Esti D Lestari; Setyo H Bakti (2018) Pengaruh *store atmosphere, design product, celebrity endorser* terhadap keputusan pembelian air minum dalam kemasan (AMDK) le minerale (studi: kantin sekolah menengah atas negeri di kecamatan Lumajang). Vol 1. No 2(2018)