

## DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, M., Tumbel, T. M., & Kalangi, J. A. . (2020). Pengaruh Citra Merek Terhadap Minat Beli Produk Oriflame Di Kota Manado. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 10(1), 25–31.
- Amos, C., Holmes, G., & Strutton, D. (2008). Exploring The Relationship Between Celebrity Endorser Effects And Advertising Effectiveness. *International Journal Of Advertising*, 27(2), 209-234.
- Annafik, A.F Dan M. Rahardjo. (2012). Analisis Pengaruh Kualitas Produk,Harga. Dan Daya Tarik Iklan Terhadap Niat Beli Sepeda Motor Yamaha (Studi Kasus Pada Konsumen Yamaha Ss Cabang Kedungmundu Semarang). *Journal Of Management*. 1(2), H:274-281
- Andi, Suyono, Hafis, P. Al, & Hendri. (2020). Pengaruh Celebrity Endorser, Kualitas Produk, Desain Produk Terhadap Minat Beli Smartphone Asus Pada Mahasiswa Pelita Indonesia. *Jurnal Ilmiah Manajemen*, 8(1), 23–36.
- Anggraini, N., & Adhilla, F. (2017). Pengaruh Negara Asal, Citra Merek Dan Persepsi Kualitas Terhadap Minat Beli Sepeda Motor Yamaha Vixion Di Kota Yogyakarta. *Jurnal Fokus*, 7(2), 181–193.
- Anggraini, Putu. (2015). “Pengaruh Celebrity Endorser Raditya Dika Terhadap Keputusan Pembelian Mie Sedap Cup.” *Jurnal Ilmu Manajemen* 5(1): 1–5.
- Asimah, Vincent, And Agbemava. 2015. “The Concept Of Celebrity Endorsement.” 3(11): 1–16.
- Baron, R. M. And Kenny, D. (1986). “The Moderator-Mediator Variable Distinction In Social Psychological Research Conceptual Strategic And Statistical Considerations.” *Journal Of Personality And Social Psychology*. 51(6):1173–82.
- Chin. W. W. (1998). *The Partial Least Squares Approach For Structural Equator Modeling*. In G. A. Marcoulides (Ed.), *Modern Methods For Business Research* (Pp. 295-236). London: Lawrence Erlbaum Associates.
- Daud, M., Artono, A., & Prastiti, E. (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Dan Harga Terhadap Minat Beli Produk Sepeda Motor Honda (Studi Padamahasiswa Fakultas Ekonomi Manajemen Universitas Kadiri). *Jurnal Jimek*, 1(1), 67–78.
- Dewi, Dismita Citra. (2019). “Pengaruh Endorser Periklanan Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pelembab Wajah Ponds Flawless White Pada Mahasiswa Stit Dan Stebis Kota Pagar Alam).” *Jurnal Ekonomi, Keuangan, Investasi Dan Syariah* 1(1): 62–67.
- Ende, & Kusuma, J. W. (2017). Peran Citra Merek, Persepsi Harga, Persepsi Risiko Terhadap Minat Beli Produk Smartphone Merek Xiaomi. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 1x(2), 180–197.

- Febriani, R., & Khairusy, M. A. (2020). Analisis Pengaruh Celebrity Endorser/Brand Ambassador, Harga Dan Desain Produk Yang Dimediasi Oleh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Di Online Shop Shopee. *Progress: Jurnal Pendidikan, Akuntansi Dan Keuangan*, 3(1), 91–110. <https://doi.org/10.47080/Progress.V3i1.782>
- Febriyanti, R. S., & Wahyuati, A. (2016). Pengaruh Celebrity Endorser Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, Vol. 5, 1 - 18.
- Ferdinand, Augusty. 2014. *Metode Penelitian Manajemen "Pedoman Penelitian Untuk Penulisan Skripsi Tesis Dan Disertasi Ilmu Manajemen*. Edisi 5. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Geladi, Paul & Kowalski, Bruce R. (1986). *Partial Least Square Regression: A Tutorial*. Elsevier Science Publishers B. V. Amsterdam. 185, 1-17.
- Ghozali, Imam & Latan, Hengky. (2015). *Partial Least Squares Konsep, Teknik Dan Aplikasi Menggunakan Program Smartpls 3.0*. Badan Penerbit, Universitas Diponegoro Semarang.
- Gupta, Dr Ruchi, Nawal Kishore, And Dps Verma. (2015). "Impact Of Celebrity Endorsements On Consumers' Purchase Intention: A Study Of Indian Consumers." *Australian Journal Of Business And Management Research* 5(3): 1–15.
- Husein, Ananda Sabil. (2015). *Penelitian Bisnis Dan Manajemen Menggunakan Partial Least Square Dengan Pls.3.0*. Universitas Brawijaya: Modul Ajar.
- Isa, M. (2011). Analisis Kompetensi Kewirausahaan, Orientasi Kewirausahaan, Dan Kinerja Industri Mebel. *Benefit Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, Vol. 15 No, 172–185.
- Isa, M. (2017). Asuransi Dan Pengurangan Resiko Banjir Di Kabupaten Klaten. Seminar Nasional Riset Manajemen & Bisnis 2017. Perkembangan Konsep Dan Riset E-Business Di Indonesia. Isbn 978-602-361-067-9. Pp. 844-851.
- Isa, M. (2016). Model Penguatan Kelembagaan Industri Kreatif Kuliner Sebagai Upaya Pengembangan Ekonomi Daerah. *Prosiding Seminar Nasional Ekonomi Dan Bisnis & Call For Paper Feb Umsida*, 352–361.
- Isa, M., & Istikomah, R. (2019). Analisis Perilaku Konsumen Dalam Keputusan Pembelian Makanan Di Kota Surakarta. *Daya Saing Jurnal Ekonomi Manajemen Sumber Daya*, Vol. 21 No, 98–110.
- Isa, M., Mardalis, A., & Mangifera, L. (2018). Analisis Keputusan Konsumen Dalam Melakukan Pembelian Makanan Dan Minuman Di Warung Hik. *Daya Saing Jurnal Ekonomi Manajemen Sumber Daya* Vol.20, No.1.
- Ismayanti, N. M. A., & Santika, I. W. (2017). Pengaruh Celebrity Endorser, Brand Image, Kualitas Produk Terhadap Niat Beli Sepatu Olahraga Nike Di Kota Denpasar. *Manajemen Unud*, 6(10), 5720–5747.

- Iwan, & Nainggolan, K. (2017). Pengaruh Celebrity Endorser, Brand Awareness Dan Harga Produk Terhadap Minat Beli Mie Sukses (Studi Empiris Pada Penduduk Kecamatan Pinang-Kota Tangerang). *Cakrawala*, *Xvii*(2), 146–155.
- Kosalim, V., Goh, T. S., & Margery, E. (2019). Pengaruh Differensiasi Produk Dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Pt Parewa Aero Catering Medan. *Jurnal Bisnis Kolega*, *5*(1), 53–65.
- Kotler, Philip & Armstrong, Gary. (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Edisi 12. Jilid 1. Penerbit Erlangga Jakarta.
- Kotler, P., Dan Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Edisi Ketiga Belas. Jilid Kesatu. Erlangga. Jakarta.
- Kotler, Philip., Amstrong, Gary (2010). *Principles Of Marketing*. 13th Edition. Pearson Education, New Jersey.
- Kusuma, M. A., Dan Santika, I. W. (2017). Pengaruh Celebrity Endorser, Brand Image Dan Kualitas Produk Terhadap Niat Beli Sepeda Motor Honda Vario Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana, Bali, Indonesia, Vol. 6(4), 1933 - 1961.
- Luqmanah, S. F. (2019). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Lokasi Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Ayam Geprek Spesial Sambal Korek (Sako) Pusat Kabupaten Sragen. *Jurnal Ekonomi Bisnis*, 1–15.
- Malhotra, N. K. (2015). *Essentials Of Marketing Research*. New Jersey: Pearson Education.
- Mangifera, I. M. A. M. L. (2018). Analisis Keputusan Konsumen Dalam Melakukan Pembelian Makanan Dan Minuman Di Warung Hik. *Daya Saing Jurnal Ekonomi Manajemen Sumber Daya*, Vol. 20 No, 44–51.
- Mangifera, L. M. I. M. F. W. (2018). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Wisatawan Dalam Pemilihan Kuliner Di Kawasan Wisata Alam Kemuning. *Daya Saing Jurnal Ekonomi Manajemen Sumber Daya*, Vol. 20 No, 18–23.
- Marlina, E., & Megayani. (2019). Pengaruh Celebrity Endorsement Terhadap Purchase Intention Melalui Brand Image Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Geprek Ayam Bensu Di Rawamangun Periode 2018). *Akuntansi Dan Manajemen*, *16*(01), 175–193.
- Mowen, John C Dan Michael Miror. 2007. *Perilaku Konsumen*. Edisi Kedelapan. Jilid 1. Jakarta: Pt. Penerbit Erlangga.
- Nurida, & Ernawati, S. (2020). Pengaruh Iklan, Kepercayaan Merek Dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Konsumen Pengguna Handphone Oppo Di Kota Bima. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, *3*(2), 1–15.
- Ohanian, R. (1991). The Impact Of Celebrity Spokespersons' Perceived Image On Consumers' Intention To Purchase. *Journal Of Advertising Research*, *31*(1),

46-54.

- O, R., Sari, R. A., & Akhmal, A. (2018). Pengaruh Celebrity Endorser Irwansyah Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Toko Kue Kekinian Medan Napoleon. *Jurnal Bisnis Administrasi*, 07(02), 59–64.
- Park, C.W., Jaworski, B.J., And MacInnis, D.J. (1986). *Strategic Brand Concept-Image Management*. *Journal Of Marketing*, 50 (4), Pp : 135-145.
- Prabowo, Y. W., Suharyono, & Sunarti. (2014). Pengaruh Celebrity Endorser Terhadap Minat Beli (Survei Pada Pengunjung 3second Store Di Jalan Soekarno Hatta Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 14(2), 1–7.
- Pratama, D. W., & Santoso, S. B. (2018). Pengaruh Citra Merek , Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Kepercayaan Konsumen Pada Produk Stuck Original. *Jurnal Manajemen*, 7(2), 1–11.
- Praswati, A. N., Syamsudin, Isa, M., & Prijanto, T. (2016). Strategi Pemasaran Katalog Produk (Studi Kasus Pengrajin Bambu Sukodono Sragen). *Benefit Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, Vol. 1 No., 149–155.
- Pringle, H., & Binet, L. (2005). How Marketers Can Use Celebrities To Sell More Effectively. *Journal Of Consumer Behaviour*, 4(3), 201-214.
- Putra, B. O. N. (2020). Pengaruh Celebrity Endorser Terhadap Niat Beli Produk Yang Dimediasi Oleh Kepercayaan Merek (Studi Pada Konsumen Produk Pantene Di Ums). *Jurnal Manajemen*.
- Putra, I. K. T. D., & Sulistyawati, E. (2015). Peran Brand Image Dalam Memediasi Pengaruh Celebrity Endorser Terhadap Niat Beli. *Manajemen Unud*, 4(6), 1722–1734.
- Putri Luh Gede Dian Anggara Dan I Putu Gede Sukaatmadja. (2018). Peran Kepercayaan Memediasi Citra Merek Terhadap Niat Beli Pada Produk Smartphone Samsung Di Kota Denpasar. *E-Jurnal Manajemen Unud*.
- Qonita, A. (2018). Analisis Pengaruh Iklan, Celebrity Endorser, Dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Wardah Kosmetik (Survei Pada Calon Konsumen Wardah Kosmetik Komplek Pondok Pesantren Mulungan Wetan, Mlati, Sleman, Diy). *Jurnal Ekobis Dewantara*, 1(8), 121–131.
- Qoyyimah, F. D. (2018). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Dan Brand Image Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Produk Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Bank Bri Syariah Kcp Purwodadi). *Jurnal Ekonomi Manajemen*.
- Rahmawati, N., (2013). Pengaruh Penggunaan Celebrity Endorser Dalam Iklan Sabun Mandi Lux Terhadap Perilaku Konsumen Di Kelurahan Sungai Dama Samarinda. *Ejournal Ilmu Komunikasi*, Vol. 1(1), Pp: 362-373.
- Rangkuti, Freddy. (2011). *Riset Pemasaran*. Penerbit Pt Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Roshan, P. A. A., & Sudiksa, I. B. (2019). Peran Brand Image Memediasi

- Pengaruh Celebrity Endorser Terhadap Purchase Intention. *Manajemen*, 8(8), 5164–5181.
- Royan, F. M. 2005. *Marketing Selebritis*. Jakarta: Pt. Elex Media Komputindo.
- Roy, S., V. Jain, And P. Rana. 2013. The Moderating Role Of Consumer Personality And Source Credibility In Celebrity Endorsements. *Asia-Pacific Journal Of Business Administration*, 5(1), Pp: 72-88.
- Sanusi, A. (2013). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.
- Savitri, N. W. (2017). Pengaruh Celebrity Endorser Dan Iklan Melalui Media Televisi Terhadap Minat Beli Pada Tokopedia Di Denpasar. *Jurnal Manajemen*, 6(8), 4214–4239.
- Sekaran, U. (2006). *Metodologi Penelitian Untuk Bisnis*, Edisi 4 Buku 2 Research Methods For Business, 4th Ed. (Edisi 4). Jakarta: Salemba Empat.
- Setiawaty, N. A. (2017). Pengaruh Iklan, Citra Merek, Dan Kepercayaan Merek Terhadap Minat Beli Konsumen Smartphone Samsung Galaxy Series (Studi Kasus Mahasiswa/I Universitas Gunadarma, Depok). *Jurnal Ekonomi Bisnis*, 22(1), 47–56.
- Simak, A. H., Saerang, I. S., & Jan, A. B. H. J. (2017). Pengaruh Celebrity Endorser Dan Iklan Televisi Terhadap Minat Beli Sepeda Motor Yamaha (Study Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Sam Ratulangi Manado). *Jurnal Emba*, 5(2), 2377–2384.
- Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta, Cv.
- Suhardi, D., & Irmayanti, R. (2019). Pengaruh Celebrity Endorser, Citra Merek, Dan Kepercayaan Merek Terhadap Minat Beli Konsumen. *Inspirasi Bisnis Dan Manajemen*, 3(1), 53–62.
- Sriyanto, A., & Kuncoro, A. W. (2019). Pengaruh Brand Ambassador, Minat Beli Dan Testimoni Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ekonomika Dan Manajemen*, 8(1), 21–34.
- Temporal, Paul & Kc Lee. 2001. *Hi-Tech Hi-Touch Branding : Creating Brand*.
- Wajdi, M. F., & Isa, M. (2014). Membangun Konsep Modal Manusia Yang Berperanan Dalam Kinerja Pemasaran Industri Kecil. *Prosiding Seminar Nasional Dan Call For Paper, Research Methods And Organizational Studies*, Isbn: 978-602-704291-9.
- Wajdi, M. F., Mangifera, L., Wahyuddin, M., & Isa, M. (2018). Peranan Aspek-Aspek Modal Manusia Pengusaha Terhadap Kinerja Bisnis Ukm. *Daya Saing Jurnal Ekonomi Manajemen Sumber Daya*, Vol. 20 No, 104–111.
- Wardani, A. D., & Maskan, M. (2019). Pengaruh Citra Merek Dan Kepercayaan Merek Terhadap Minat Beli Handphone Samsung. *Jurnal Aplikasi Bisnis*, 5(1), 145–148.
- Widyaningrum, Premi Wahyu. 2016. “Pengaruh Label Halal Dan Celebrity

- Endorser Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Pada Konsumen Wardah Di Ponorogo).” *Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia* Volume Vi,: Hal 83-98.
- Wijayasari, N., & Mahfudz. (2018). Pengaruh Brand Image, Kualitas, Persepsi Harga Dan Variasi Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Sarung Gajah Duduk Di Kabupaten Pekalongan. *Diponegoro Journal Of Management*, 7(2), 1–9.
- Wirayanthi, N., & Santoso, S. (2019). Pengaruh Harga, Citra Merek Dan Kualitas Terhadap Minat Beli Produk Private Label. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis Dewantara*, 2(1), 87–96.
- Yusron, S., Rachma, N., & Hufron, M. (2019). Pengaruh Celebrity Endorser Terhadap Minat Beli Melalui Citra Merek Sebagai Variabel Intervening Pada Pengguna Kosmetik Pixy Di Toko Aster Malang. *Jurnal Manajemen*, 51–62.
- Zulviani, M., Akramiah, N., & Mufidah, E. (2019). Pengaruh Citra Merek Dan Harga Terhadap Minat Beli Produk Tas “Sophie Martin Paris.” *Jurnal Ekonomi Manajemen Akuntansi*, 4(1), 1–13.