

DAFTAR PUSTAKA

A. Buku dan E-Book

- Ambarwati, R., & Supardi. (2020). *Buku Ajar: Manajemen Operasional dan Implementasi Dalam Industri* (D. K. Sari (ed.)). Sidoarjo: UMSIDA Press.
- Aripin, Z., & Negara, M. R. P. (2021). *Perilaku Bisnis: Etika Bisnis & Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: DEEPUBLISH (Group Penerbitan CV Budi Utama).
- Arman, A. (2022). *Introduksi Manajemen Pemasaran (Dasar Dan Pengantar Manajemen Pemasaran)* (Y. Yusup (ed.)). Sumatera Selatan: LD Media.
- Astuti, M., & Amanda, A. R. (2020). *Pengantar Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: DEEPUBLISH (Group Penerbitan CV Budi Utama).
- Bancin, J. B. (2021). *Citra Merek dan Word Of Mouth (Peranannya dalam Keputusan Pembelian Mobil Nisan Grand Livina)* (A. Rofiq (ed.)). Surabaya: CV. Jakad Media Publishing.
- Duli, N. (2019). *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Beberapa Konsep Dasar untuk Penulisan Skripsi & Analisis Data dengan SPSS*. Yogyakarta: DEEPUBLISH (Group Penerbitan CV Budi Utama).
- Gunawan, D., Pratiwi, A. D., Arfah, Y., & Hartanto, B. (2022). *Keputusan Pembelian Skincare Safi Berbasis Media Marketing*. Padang: PT Inovasi Pratama Internasional.
- Halim, F., Kurniullah, A., Butarbutar, M., Effendi, Sudarso, A., Purba, B., Lie, D., Sisca, Simarmata, H., Permadi, L. A., & Novela, V. (2021). *Manajemen Pemasaran Jasa* (R. Wathrianthos (ed.)). Medan: Yayasan Kita Menulis.
- Hasniaty, Harto, B., Istiono, W., Munawar, Z., Waworuntu, A., Hapsari, M. T., Pasaribu, J. S., Ma'sum, H., Gustini, L., Rengganawati, H., Anggoro, D., Rukmana, A. Y., & Permana, A. (2023). *Social Media Marketing*. Padang: Global Eksekutif Teknologi.

- Hidayat, A. (2021). *Studi Kelayakan Bisnis* (A. Ariyanto (ed.)). Sumatera Barat: Insan Cendekia Mandiri.
- Imron, M. A. (2021). *Pengantar Bisnis Modern* (A. Puspitasari (ed.)). Serang Banten: Desanta Muliavisitama.
- Indriyani, Padilah, H., Anggoro, R., Susanti, Winarni, E., & Astuti, S. D. (2022). *Pemasaran Jasa Kepelabuhan* (Indriyani (ed.)). Klaten: Penerbit Lakeisha.
- Iskandar, Jaya, A., Wartu, R., & Zaini. (2022). *Statistik Pendidikan (Teori dan Aplikasi SPSS)*. Pekalongan: PT. Nasya Expanding Management.
- Putri, D. E., Sudirman, A., Suganda, A. D., Kartika, R. D., Martini, E., Susilowati, H., Bambang, Trenggana, A. F., Zulfikar, R., Handayani, T., Kusuma, G. P., Triwardhani, D., Rini, N. K., Pertiwi, W. N., & Roslan, A. H. (2021). *Brand Marketing*. Bandung: Penerbit Widina.
- Riduwan, & Akdon. (2020). *Rumus dan Data dalam Aplikasi Statistika untuk Penelitian* (Z. Arifin (ed.)). Bandung: ALFABETA.
- Riyanto, S., & Hatmawan, A. A. (2020). *Metode Riset Penelitian Kuantitatif: Penelitian di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan dan Eksperimen*. Yogyakarta: DEEPUBLISH (Group Penerbitan CV Budi Utama).
- Satriadi, S., Wanawir, W., Hendrayani, E., Siwiyanti, L., & Nursaidah, N. (2021). *Manajemen Pemasaran* (Moh Suardi (ed.)). Yogyakarta: Penerbit Samudra Biru (Anggota IKAPI).
- Stiawan, E. (2018). *Intergrated Marketing Communication*. Yogyakarta: Samudra Biru.
- Sudarso, A., Kurniullah, A., Halim, F., Purba, P., Dewi, I. K., Simarmata, H., Purba, B., Sipayung, R., Sudirman, A., & Manullang, S. (2020). *Manajemen Merek (brand management)* (A. Karim (ed.)). Padang: Yayasan Kita Menulis.
- Sudarsono, H. (2020). *Buku Ajar Manajemen Pemasaran*. Jawa Timur: CV. Pustaka Abadi.
- Sugiarto, & Setio, H. (2021). *Statistika Terapan Untuk Bisnis Dan Ekonomi*. Yogyakarta: Penerbit Andi (Anggota IKAPI).
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D* (2nd ed.). Bandung: ALFABETA.

- Sundari, A., & Syaikhudin, A. Y. (2021). *Manajemen Ritel (Teori dan Strategi dalam Bisnis Ritel)* (M. A. Syihabuddin (ed.)). Lamongan: Academia Publication.
- Suryani, T., Nurhadi, M., & Fauzi, A. A. (2020). *E-Marketing Bagi UMKM: Strategi Periklanan, Website & Media Sosial* (A. Rofiq (ed.)). Surabaya: CV. Jakad Media Publishing.

B. Jurnal

- Aritonang, R. D., Nasution, H. P., & Tarigan, J. S. (2022). Pengaruh Citra Merek, Sponsor, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Stan Expo dan Bazar Event Pada PT Cakra Bramastra Internasional. *Konferensi Nasional Sosial Dan Engineering Politeknik Negeri Medan*, 3(1), 135–152.
<https://doi.org/10.51510/konsep.v3i1.935>
- Buntoro, D., Fathorrahman, & Pradiani, T. (2023). Pengaruh Product Knowledge, Brand Image Dan Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian Mikrofon Seruniaudio di PT. Seruni Karya Indonesia. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 2(1), 38–56.
<https://doi.org/10.59086/jeb.v2i1.231>
- Hayati, I. K., Sumardjono, & Mulyadi, Y. (2020). Analysis of Consumer Loyalty Based On The Aspect Of Brand Image And After Sales Service. *The Management Journal of Binaniaga*, 05(01), 79-88.
<https://doi.org/10.33062/mjb.v5i01.379>
- Imanulah, R., Andriyani, I., & Melvani, F. N. (2022). Pengaruh Citra Toko, Varian produk, dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian pada Restoran Pancious SOMA Palembang. *EKOMBIS REVIEW: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 10(1), 285–295.
<https://doi.org/10.37676/ekombis.v10i1.1743>
- Kalangi, N. J., Tamengkel, L. F., & Walangitan, O. F. C. (2019). Pengaruh Celebrity Endorser Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Shampoo Clear. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 8(1), 44–54.
<https://doi.org/10.35797/jab.v8.i1.44-45>
- Miharta, K. J., & Khusnudin. (2022). Pengaruh Reputasi, Citra Merek, Kualitas Pelayanan, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Nasabah Mengambil Produk Pembiayaan Murabahah Pada Bank Muamalat Kota Kediri. *NISBAH: Jurnal Perbanka Syariah*, 8(1), 57–65.
<https://doi.org/10.30997/jn.v8i1.6000>

- Muhani, M., & Sabillah, H. S. (2022). Pengaruh Celebrity Endorser, Brand Image, Word Of Mouth, Kualitas Website, dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada E-Commerce Tokopedia. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan FAIR VALUE*, 04(03), 1114–1127.
<https://doi.org/10.32670/fairvalue.s5iSpecial%Issue%201>
- Neswardi, S., Yuanita, I., & Jumyetty. (2022). Pengaruh Brand Image dan Lokasi Terhadap Keputusan Calon Mahasiswa Melanjutkan Studi di Perguruan Tinggi. *Jurnal Ilmiah Poli Bisnis*, 14(2), 272–285.
<https://doi.org/10.30630/jipb.v0i0.860>
- Nilammadi, W. O., Atin, T., Leksono, B. B., Sari, A. W., SyafiqatulBestariyah, A., & Safitri, D. (2021). Hubungan Celebrity Endorsement Terhadap Keputusan Pembelian Pada Shopee dan Tokopedia. *Jurnal Bisnis Dan Kajian Strategi Manajemen*, 5(1), 1–13.
<https://doi.org/10.35308/jbkan.v5i1.3045>
- Novita, D., Widiastuti, E., & Handayani, A. (2022). Celebrity Endorser dalam Meningkatkan Kepercayaan Masyarakat pada Vaksin Covid-19. *Margin Eco: Jurnal Ekonomi Dan Perkembangan Bisnis*, 6(1), 56–68.
<https://doi.org/10.32764/margin.v6i1.2573>
- Pudyaningsih, A. R., Imaduddin, W., Mufidah, E., & Ardiyanti Putri, E. (2022). Pengaruh Celebrity Endorser dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Kepercayaan sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Ekonomi Manajemen Akuntansi*, 7(1), 63–72.
<https://doi.org/10.47335/ema.v7i1.171>
- Rahmani, R. G., Bursan, R., MS, M., & Wiryawan, D. (2022). Pengaruh Celebrity Endorsement, Brand Image dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Produk (Studi Pada Somethinc By Irene Ursula). *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 10(S1), 431–438.
<https://doi.org/10.37676/ekombis.v10iS1.2006>
- Sitepu, D. L. B., Safri, H., & Hendry, R. S. M. (2022). Pengaruh Kualitas Makanan, Citra Merek, Lokasi Usaha Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Padatoko Roti Hasanah Bakery Rantauprapat. *Jurnal Manajemen Akuntansi (Jumsi)*, 2(1), 84–96.
<https://doi.org/10.36987/jumsi.v2i1.2523>

Wardani, D. S. D., & Maskur, A. (2022). Pengaruh Celebrity Endorser, Citra Merek Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlett Whittening (Studi Kasus Pengguna Scarlett Whitening). *Jesya*, 5(2), 1148–1160.
<https://doi.org/10.36778/jesya.v5i2.689>

C. Website (Situs Web)

Berita bisnis. (2021). *Apa itu endorser dan perbedaannya dengan influencer*. Diakses pada tanggal 28 Maret 2023, dari <https://kumparan.com/berita-bisnis/apa-itu-endorse-danperbedaannya-dengan-influencer-1vpFryaTHRM>

Mahdi, M Ivan. (2022). *Pengguna media sosial di indonesia capai 191 juta pada 2022*. Diakses pada tanggal 15 Maret 2023, dari <https://dataindonesia.id/digital/detail/pengguna-media-sosial-di-indonesia-capai-191-juta-pada-2022>

Rizaty, Monavia Ayu. (2022). *Industri makanan dan minuman tumbuh 3,68% pada kuartal II/2022*. Diakses pada tanggal 16 Maret 2023, dari <https://dataindonesia.id/sektor-riil/detail/industri-makanan-dan-minuman-tumbuh-368-pada-kuartal-ii2022>

Rohman, A. (2022). *5 Perbedaan Brand Ambassador dan Endorser dalam dunia marketing*. Diakses pada tanggal 28 Maret 2023, dari <https://ayodigital.id/artikel/perbedaan-brand-ambassador-dan-endorser-dalam-dunia-marketing/>

Santika, Erlina F. (2023). *Jumlah UMKM di Indonesia sepanjang 2022, provinsi mana terbanyak?*. Diakses pada tanggal 15 Maret 2023, dari <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/02/02/jumlah-umkm-di-indonesia-sepanjang-2022-provinsi-mana-terbanyak>