

DAFTAR PUSTAKA

- Amalia, F., & Hadi, S. (2017). Pengaruh Brand Image dan *Celebrity Endorser* Terhadap Keputusan Pembelian Shampoo Merek Pantene (Studi Pada Mahasiswi Fakultas Ilmu Sosial Politik Universitas Diponegoro). *Jurnal Universitas Diponegoro*.
- Anas, A. A., & Sudarwanto, T. (2020). Pengaruh *Celebrity Endorser* Terhadap Keputusan Pembelian Di Eiger Store Royal Plaza Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 8. www.kapanlagi.com
- Damayanti, A., Suryani, L., & Hasan, M. (2021). The Impact of Social Media Usage on Modern Society. *Journal of Social Media Studies*, 7(2), 45–57.
- Darmawan. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif*.
- Dessyana, C. J. (2013). Store Atmosphere Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Texas Chicken Multimart II Manado. *Jurnal EMBA*, 1(3).
- Dewa, I. W. E. (2018). *Pengaruh Brand Image, Persepsi Harga, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Merek Oppo di Kota Denpasar*.
- Dharma, N. P. S. A., & Sukaatmadja, I. P. G. (2017). Pengaruh Citra Merek, Kesadaran Merek, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Membeli Produk Apple. *Jurnal Elinvo*, 4(10).
- Gebiela Siregar, S., & Simajuntak, J. (2022). *Pengaruh Celebrity Endorser Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Scarlett Whitening Pada Media Sosial Instagram*.
- Isaghoji. (2023). *Optimasi Fasilitas Taman Kota Sebagai Daya Tarik Wisata Outdoor*.
- Jayusman, I., Agus, O., & Shavab, K. (2020). Studi Deskriptif Kuantitatif Tentang Aktivitas Belajar Mahasiswa Dengan Menggunakan Media Pembelajaran Edmodo Dalam Pembelajaran Sejarah. In *Halaman | 13 Jurnal Artefak* (Vol. 7, Issue 1). <https://jurnal.unigal.ac.id/index.php/artefak>
- Kosasih, A., & Handayani, S. (2020). *Manajemen Pemasaran*.

- Kotler, & Armstrong. (2016). Principles of Marketing Sixteenth Edition Global Edition. *Pearson Education Limited*.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). Marketing Management. *Pearson Education*.
- Medeline, G., & Susanto, E. H. (2019). *Pemilihan Dan Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Komunikasi Pemasaran Ascenta Tour*.
- Mufarikoh, Z. (2019). *Statistika Pendidikan*. Deepublish.
- Notoatmodjo, S. (2018). *Metodologi Penelitian Kesehatan*. Rineka Cipta.
- Novrinda, Kurniah, N., & Yulidesni. (2017). *Peran Orangtua Dalam Pendidikan Anak Usia Dini*.
- Priamsa, R. P. (2017). Pengaruh Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Cherie Kosmetik di Kota Bandung. *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis Dan Terapan*, 14(1).
- Rahmana, P. N., Putri N, D. A., & Damariswara, R. (2022). PEMANFAATAN APLIKASI TIKTOK SEBAGAI MEDIA EDUKASI DI ERA GENERASI Z. *Akademika*, 11(02), 401–410. <https://doi.org/10.34005/akademika.v11i02.1959>
- Saputra, R., & Hatane Samuel. (2013). Analisa Pengaruh Motivasi, Persepsi, Sikap Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Mobil Daihatsu Xenia di Sidoarjo. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 1(1).
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2015). Customer Behavior. *Prentice Hall Inc*.
- Septian, H. E. (2019). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Celebrity Endorse Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Marsudi Lestariningsih Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (Stiesia) Surabaya*.
- Shimp, T. A., & Andrews, J. C. (2013). *Advertising Promotion and Other Aspects of Integrated marketing Communications*.
- Sudirjo, F., Kusumawardhani, A., & Suryoko, S. (2020). The influence of Personal, Psychological, and Social Factors on Purchasing Decisions (Study on Consumers of Electronic Products in Semarang City. *Management Analysis Journal*, 9(3).

- Sugiarto, Hendratono, tonny, & sudiby, djoko. (2015). *Metodologi Penelitian Hospitaliti dan Pariwisata*.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*.
- Suhardi, D., & Irmayanti, R. (2019). Pengaruh *Celebrity Endorser*, Citra Merek, dan Kepercayaan Merek Terhadap Minat Beli Konsumen. In *Jurnal Inspirasi Bisnis dan Manajemen* (Vol. 3, Issue 1). <http://jurnal.unswagati.ac.id/index.php/jibm>
- Syam, H. (2018). *Metode Penelitian Kualitatif di Bidang Pendidikan*. Alfabeta.
- Wahyuni, D. U. (2014). Pengaruh Motivasi, Persepsi, dan Sikap Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Merek “Honda” di Kawasan Surabaya Barat. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 1(1).
- Y. Bramantya, & I. Jatra. (2016). Pengaruh *Celebrity Endorser* dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Yamaha Jupiter Mx di Kota Denpasar. *E-Journal Manaj Univ. Udayana*, 5(3).
- Zafar, Q., & Rafique, M. (2013). Impact of Celebrity Advertisement on Customers Brand perceptions and Purchase Intention. *Asian Journal of Business and Management Sciences* , 1(11).

