

DAFTAR PUSTAKA

- Abdussamad, Z. (2022). *Buku Metode Penelitian Kualitatif*.
- Aisha, N., & Kurnia, E. (2022). Pengaruh Persepsi Kemudahan Dan Daya Tarik Iklan Terhadap Keputusan Menggunakan Dompot Digital “Ovo.” *Bursa: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 1(2), 153–163.
- Apriani, S., & Bahrin, K. (2021). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Maskara Maybelline. *Jurnal Manajemen Modal Insani Dan Bisnis (Jmmib)*, 2(1), 14–25.
- Aria, D., Dayanti, E., Sara, I., & Sanjaya, V. F. (2020). Pengaruh Strategi Pengembangan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pasta Gigi Merek Pepsodent (Studi Pada Ibu Rumah Tangga). *Assets: Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, 10(1), 17–28.
- Arif, M. E., & Anggraeni, R. (2023). *Strategi Bisnis*. Universitas Brawijaya Press.
- Darmayanti, N. W. W. P. (2024). *Pengaruh Brand Ambassador, Kualitas Produk, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Mie Lemonilo Di Kota Denpasar*. Universitas Mahasaraswati Denpasar.
- Diansyah, D., & Saputra, A. R. (2024). Efektivitas Penggunaan Aplikasi Sebagai Moderasi Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian. *Ekonomis: Journal Of Economics And Business*, 8(1), 147–153.
- Diba, F., & Engkur, E. (2020). Pengaruh Celebrity Endorser, Brand Image Dan Sertifikasi Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah (Studi Kasus Warga Rw. 001 Kelurahan Jatinegara Kaum, Kecamatan Pulo Gadung)/The Influence Of Celebrity Endorser, Brand Image And Hala. *Pengaruh Celebrity Endorser, Brand Image Dan Sertifikasi Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah (Studi Kasus Warga Rw. 001 Kelurahan Jatinegara Kaum, Kecamatan Pulo Gadung)*.
- Fauzi, A. V., Lukitaningsih, A., & Hutami, L. T. H. (2023). Pengaruh Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Konsumen Melalui Keputusan Pembelian Sebagai Variabel Intervening. *J-Mas (Jurnal Manajemen Dan Sains)*, 8(1), 426–441.
- Firmansyah, M. A., & Se, M. (2019). *Perilaku Konsumen (Sikap Dan Pemasaran)*. Penerbit Qiara Media.
- Ghozali. (2018). Validitas Dan Reliabilitas. *Jurnal Manajemen & Bisnis Aliansi*.
- Ghozali, I. (2018a). *Aplikasi Analisis Multivariete Spss 25*. Semarang: Universitas Diponegoro.

- Ghozali, I. (2018b). Application Of Multivariate Analysis With Ibm Spss 25 Program. *Semarang: Diponegoro University Publishing Agency*.
- Ghozali, I. P. H. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program Ibm Spss 25* (9th Ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hakim, L., & Saragih, R. (2019). Pengaruh Citra Merek, Persepsi Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Npk Mutiara Di Ud. Barelang Tani Jaya Batam. *Ecobisma (Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen)*, 6(2), 37–53.
- Kapirossi, B., & Prabowo, R. E. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Di Antariksa Kopi Semarang). *Ekonomis: Journal Of Economics And Business*, 7(1), 66–73.
- Khasanah, P. A. (2024). *Pengaruh Citra Merek, Iklan Dan Kesadaran Merek Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen Produk Sabun Mandi Merek Lifebuoy Di Kabupaten Kuningan)*. Universitas Kuningan.
- Kotler, P. (2020). The Consumer In The Age Of Coronavirus. *Journal Of Creating Value*, 6(1), 12–15.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2021). *Manajemen Pemasaran Edisi 13 Jilid 2*.
- Kotler, P., Keller, K. L., & Ang, S. H. (2018). *Marketing Management: An Asian Perspective*. Pearson.
- Kurnia, U. D. (2023). Pengaruh Brand Image, Brand Trust, Dan Electronic Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Erigo Di Gresik Oleh Generasi Z. *Master: Jurnal Manajemen Dan Bisnis Terapan*, 3(1), 1–11.
- Kurniawan, A. (2021). Pengaruh Kredibilitas Celebrity Endorser Dan Daya Tarik Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Indomie. *Economicus*, 15(2), 101–111.
- Laili, R. R., & Canggih, C. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Dan Label Halal Terhadap Kepuasan Konsumen Produk Body Lotion Citra (Studi Kasus Mahasiswa Surabaya). *Jurnal Ekonomi Syariah Teori Dan Terapan*, 8(6), 743–756.
- Lili, N. A., Niswaty, R., Baharuddin, A., Akib, H., & Nur, A. C. (2022). Peran Influencer, Viral Marketing, Dan Citra Merek Dalam Mempengaruhi Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Lokal Pada Followers Instagram@Somethincofficial. *Ekonometriks*, 5(2), 132–139.
- Lukito, W. A. (2020). Pengaruh Promosi Dengan Media Sosial Terhadap

Keputusan Pembelian Sepatu Olahraga Ortuseight Pada Masyarakat Tanjung Morawa. *Arbitrase: Journal Of Economics And Accounting*, 1(2), 90–95.

Maharani, O. R., Wijayanto, H., & Abrianto, T. H. (2020). Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Pada Kepuasan Konsumen Dimoderasi Oleh Loyalitas (Study Kasus Pada Lipstcik Wardah). *Isoquant: Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, 4(1), 97–111.

Manullang, R. R. (2021). Analisis Pengaruh Brand Image, Vanity Seeking Dan Materialism Terhadap Minat Beli Ulang Jasa Kecantikan (Studi Kasus Pada Kimly Aesthetic Clinic Di Pangkalpinang). *Jurnal Ilmiah Bisnis Elektronik*, 1(1), 28–34.

Mulyana, S. (2021). Pengaruh Harga Dan Ulasan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Secara Online Pada Shopee Di Pekanbaru. *Jurnal Daya Saing*, 7(2), 185–195.

Nasution, S. L., Limbong, C. H., & Ramadhan, D. A. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Kepercayaan, Kemudahan, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada E-Commerce Shopee (Survei Pada Mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Labuhan Batu). *Ecobisma (Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen)*, 7(1), 43–53.

Nofiana, L., & Wardani, R. (2024). Pengaruh Citra Merek Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Nabati Siip Pada Pt. Pinus Merah Abadi Di Sampit. *Profit: Jurnal Penerapan Ilmu Manajemen Dan Kewirausahaan*, 9(2), 127–137.

Nuraisah, N. (2021). *Pengaruh Brand Awareness Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Pasta Gigi Sensodyne Dalam Perspektif Manajemen Bisnis Syariah (Studi Kasus Pada Konsumen Sensodyne Di Kabupaten Lampung Barat)*. Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.

Nurmanah, I., & Nugroho, E. S. (2021). Pengaruh Kepercayaan (Trust) Dan Kualitas Pelayanan Online (E-Service Quality) Terhadap Keputusan Pembelian Online Shop Bukalapak. *At-Tadbir: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 5(1), 11–21.

Onsardi, O., Muntahanah, M., & Toyib, R. (2020). Penerpan Algoritma Binary Search Dalam Pencarian Data Potensi Investasi Di Kabupaten Seluma Dengan Smartphone. *Journal Scientific And Applied Informatics*, 3(3), 129–136.

Permatasari, B. (2019). Pengaruh Daya Tarik, Kepercayaan, Dan Keahlian Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian. *Technobiz: International Journal Of Business*, 2(2), 76–81.

- Philip, K., Armstrong, G., & Opresnik, M. O. (2018). *Principles Of Marketing*. Pearson Education.
- Puspitasari, A. F., Hidayatinnisa, N., & Kusumasasti, I. (2020). Bimbingan Dan Pelatihan Kelompok Aneka Usaha Kemitraan Perorangan Ukm Di Bhaskara Ds. Kalisari Kec. Mulyorejo Surabaya Jawa Timur. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 7(1), 84–91.
- Putra, P. Y., & Ningrum, S. (2019). The Influence Of Celebrity Endorser, Brand Image, And Brand Trust On Consumer Purchasing Decisions Of Nike Brand Sport Shoes In Surabaya. *Journal Of World Conference (Jwc)*, 1(1), 208–218.
- Rahmawaty, D., & Nur, A. R. (2020). Analisis Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Smartphone Oppo. *Jurnal Ekonomi*, 23(1), 1–12.
- Ramadhani, A. N., & Masitoh, S. (2019). Pengaruh Daya Tarik Iklan, Brand Ambassador Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Wardah. *Jurnal Ilmiah Komunikasi (Jikom) Stikom Ima*, 11(03), 135–143.
- Risia, A. F., & Henny, H. (2022). Analisa Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pasta Gigi Nasa Di Wilayah Kota Sumbawa Besar). *Business Management*, 1(1).
- Rosita, D., & Novitaningtyas, I. (2021). Pengaruh Celebrity Endorser Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Wardah Pada Konsumen Mahasiswa. *Inobis: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia*, 4(4), 494–505.
- Santoso, E. D., & Larasati, N. (2019). Benarkah Iklan Online Efektif Untuk Digunakan Dalam Promosi Perusahaan. *Jurnal Ilmiah Bisnis Dan Ekonomi Asia*, 13(1), 28–36.
- Sasongko, G. A., & Setyawati, H. A. (2022). Pengaruh Brand Ambassador, Daya Tarik Iklan, Dan Product Packaging Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah Exclusive Matte Lip Cream: Studi Pada Masyarakat Di Kabupaten Kebumen. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi (Jimmba)*, 4(4), 488–501.
- Sastradinata, B. L. N. (2024). *Strategi Umkm Dan Bisnis Kreatif*. Bumi Aksara.
- Sinulingga, S. N., Manik, V., & Sibarani, H. J. (2021). Pengaruh Inovasi, Kualitas Produk, Iklan Produk Dalam Meningkatkan Keputusan Pembelian Instan Noodle Di Kota Medan. *Jurnal Ekobistek*, 108–114.
- Solihah, I. N., & Noviyanti, I. (2024). Pengaruh Strategi Competitive Advantage

Dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Produk Oppo Dikalangan Mahasiswa Ubb. *Aksioma: Jurnal Manajemen*, 3(2), 67–77.

Solikhah, A. N., & Krishernawan, I. (2022). Pengaruh Celebrity Endorser, Daya Tarik Iklan, Dan Electronic Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Di E-Commerce Shopee (Studi Kasus Pada Pengguna E-Commerce Shopee Di Universitas Mayjen Sungkono Mojokerto). *Jurnal Akuntansi, Ekonomi Dan Manajemen Bisnis*, 2(2), 154–166.

Sonia, F., Hinggo, H. T., & Fikri, K. (2023). Pengaruh Brand Equity, E-Word Of Mouth, Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Jasa Pengiriman Esl Express Cabang Soekarno-Hatta Pekanbaru. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Merdeka Emba*, 2(1), 179–189.

Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif (R&D (Ed.))*. Ikapi.

Sugiyono, S. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.

Suratno, S., Denmar, D., & Hepy, H. (2021). Pengaruh Daya Tarik Iklan Televisi, Literasi Ekonomi, Dan Kontrol Diri Terhadap Pembelian Impulsif (Studi Kasus Guru Sma Negeri Kabupaten Musi Banyuasin). *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi*, 2(4), 501–515.

Susanti, L. L., Rachma, N., & Slamet, A. R. (2019). Pengaruh Ekuitas Merek, Daya Tarik Iklan Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Pada Matahari Departemen Store Malang Town Square. *E-Jrm: Elektronik Jurnal Riset Manajemen*, 8(13).

Wijayanto, A. (2019). Pengaruh Variabel Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Konsumen Membeli Pasta Gigi Pepsodent Pt. Unilever Indonesia, Tbk. *Makro: Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 4(1), 83–94.

Yusuf, A. (2021). The Influence Of Product Innovation And Brand Image On Customer Purchase Decision On Oppo Smartphone Products In South Tangerang City. *Budapest International Research And Critics Institute-Journal (Birci-Journal)*, 2 (1), 472–481.

Zahra, A. F. A., & Sudrajat, R. H. (2021). Pengaruh Brand Ambassador Nct 127 Dan Daya Tarik Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Nature Republic. *Dialektika*, 8(2), 228–237.