

## DAFTAR LITERATUR

- Andrea, A. S., & Keni, K. (2021). Pengaruh Electronic Word of Mouth (eWOM), Celebrity Endorser, dan Online Advertising terhadap Brand Awareness. *Jurnal Manajemen Bisnis dan Kewirausahaan*, 5(5), 464-469.
- Arianty, N. (2016). Pengaruh Promosi dan Merek Terhadap Keputusan Pembelian. *Kumpulan Jurnal Dosen UMSU*, 4(2), 76-87.
- Bramantya, Y. B., & Jatra, I.M. (2016). *Pengaruh Celebrity Endorser Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Yamaha Jupiter Mx Di Kota Denpasar* (Doctoral dissertation, Udayana University).
- Cahyaningrum, F. (2020). Analisis Pengaruh Electronic Word Of Mouth, Celebrity Endorser dan Country of Origin Terhadap Purchase Intention melalui Brand Image Studi Kasus Wardah House Semarang. *Konferensi Ilmiah Mahasiswa Unissula*, 851-871.
- Fahmi, I. (2016). *Perilaku Konsumen Teori dan Aplikasi*. Bandung: Alfabeta.
- Fauziah, B., & Wardhana, A. (2020). Pengaruh Celebrity Endorser Dan Electronic Word Of Mouth (ewom) Terhadap Keputusan Pembelian Pada Akun Instagram Local. id. *eProceedings of Management*, 7(3).
- Fildzahn N.A., & Sari, D. (2017). Pengaruh celebrity endorser dan word of mouth terhadap keputusan pembelian produk Sweater Online Shop Alco di media sosial Instagram. *Jurnal Ekonomi, Bisnis & Entrepreneurship*, 11 (2)
- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hair, J. F. et al (2010), *Multivariate Data Analysis With Reading*, Seventh Edition.
- Huda, N. (2020). Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Motor Scuter Matic Yamaha Di Makassar. *Jurnal Asy-Syarikhah: Jurnal lembaga Keuangan, Ekonomi dan Bisnis Islam*, 2(1), 37-43.
- Hutagol, R.S.R., & Safrin, F. A. (2022). Pengaruh Celebrity Endorser dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Scarlett Whitening. *Journal Of Social Research*, 1(7), 761-772.
- Ismagilova, et al., (2017). *Electronic Word Of Mouth (e-WOM) in the Marketing Context: A State of the Art Analysis and Future Directions*. Switzerland: Springer
- Kawilarang, C. G., Tumbuan, W. J., & Loindong, S. S. (2022). ANALISIS PENGARUH CELEBRITY ENDORSEMENT, BEAUTY VLOGGER DAN BRAND IMAGE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PRODUK

- SKINCARE LOKAL SOMETHINC. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi; Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 10(4), 770-779.
- Kietzmann, J. & Canhoto, A. (2013). Understanding and Managing Electronic Word Of Mouth . *Journal of Public Affairs*, 13(2), 146-159.
- Kotler, P & Keller, K. L. (2016). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT Indeks.
- Kotler, P., & Keller, K. L (2012). *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13 Jilid 1 Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P.,& Keller, K. L (2013). *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13 Jilid 1. Jakarta:Erlangga.
- Malichah,S., & Wiwoho, G. (2021). Pengaruh Celebrity Endorser, Electronic Word Of Mouth (EWOM) dan Brand Image terhadap Purchase Decision dengan Minat Beli sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis dan Akuntansi (JIMMBA)*, 3(6), 1139-1156.
- Miati, I. (2020). Pengaruh Citra Merek (Brand Image) Terhadap Keputusan Pembelian Kerudung Deenay (Studi pada Konsumen Gea Fashion Banjar). *Abiwa: Jurnal Vokasi Administrasi Bisnis*, 1(2), 71-83.
- Monica, W. J. (2018). *Pengaruh kualitas Produk, Harga, Dan Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Pada Merek Es Krim Aice (Studi Kasus Pada Masyarakat Kelurahan Tuah Karya Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru)* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau).
- Nggilu, M., Tumbel, A., & Djemly, W. (2019). Pengaruh Viral Marketing, Celebrity Endorser, Dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Pada Geprek Benu Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 7(3).
- Oentoro, D. (2012). *Manajemen pemasaran modern*. Yogyakarta: Laksbang Pressindo.
- Pratiwi, D. N., & Andriana, A. N. (2023). Pengaruh Celebrity Endorser, Brand Image dan E-WOM Terhadap Keputusan Pembelian Produk Somethinc Series Serum. *Ekonomi, Keuangan, Investasi dan Syariah (EKUITAS)*, 5(1), 132-140.
- Purbohastuti, A., Wahyuni . (2021). Efektivitas Bauran Pemasaran pada keputusan pembelian konsumen indomaret. *Jurnal Sains Manajemen*, 7(1)
- Putra, S. R.F., & Saputri, M. E. (2019). Pengaruh Celebrity Endorser dan Electronic Word of Mouth terhadap Purchase Decision pada Pelanggan Tokopedia. *eProceedings of Management*, 6(2).
- Rahmia, V., & Wijaksana, T. I. (2015). Pengaruh Celebrity Endorser Terhadap Proses Keputusan Pembelian Produk Sepatu Retailhrpy Di Sosial Media Instagram. *eProceedings of Management*, 2(3).

- Rangkuti, F. (2017). *Teknik Membedah Kasus Bisnis Analisis SWOT*. Cetakan ke-23. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Rani, A., & Nagesh, S. (2019). Electronic Word Of Mouth (e-WOM) Strategies to Manage Innovation and Digital Business Model (pp. 41-63).
- Sari, S., & Yuliana, G. D (2017). Electronic Word Of Mouth Melalui Youtube Studi Pada Beauty Vlogger Kosmetik Wardah. *Journal of Strategic Communication*. 8(1), 61-69.
- Setyaningrum, Ari dkk. (2015). Prinsip-Prinsip Pemasaran: Pengenalan Plus Tren Terkini Tentang Pemasaran Jasa, *Green Marketing*, Entrepreneurial *Marketing* dan *E-Marketing*. Yogyakarta: Andi.
- Sholihin, R. I. (2021). Pengaruh Pemasaran Media Sosial, Kesadaran Merek, Electronic Word Of Mouth, Dan Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Eboni Watch.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, Cetakan ke-24. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sunyoto, D. (2013). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: caps
- Suryadi, S., Yateno, Y., & Kurnia, D. (2023). Pengaruh Produk, Harga, Promosi, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan Toko Muhammadiyah Bisnis Center (MBC) Kota Metro. *Jurnal Manajemen DIVERSIVIKASI*, 3(3), 587-601.
- Suwarto. (2020). *Aplikasi Komputer Bisnis Dan Pengelolaan Data*. Metro-Lampung : CV Laduny Alifatama
- Tjiptono, F. (2014). Edisi 4. *Pemasaran Jasa-Prinsip, Penerapan dan Penelitian*, Andi Offset, Yogyakarta.
- Tjiptono, F. (2015). Edisi 4. *Pemasaran Jasa-Prinsip, Penerapan dan Penelitian*, Andi Offset, Yogyakarta.