

DAFTAR PUSTAKA

- Bawono, Adhi, dkk. 2018. Pengaruh Perilaku Konsumen, Brand Image dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Online Pada Situs Belanja Online (Studi Kasus Pada Situs Belanja Online XYZ). *Jurnal Pengabdian dan Kewirausahaan*. Volume 2: 131-144.
- Cesariana, Carnelia, Fadlan Juliansyah, dan Rohani Fitriyani. 2022. Model Keputusan Pembelian melalui Kepuasan Konsumen Pada Marketplace: Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan (Literatur Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Manajemen Pendidikan dan Ilmu Sosial*. Volume 3: 211-224.
- Chandra, Cindy dan Keni. 2019. Pengaruh Brand Awareness, Brand Association, Perceived Quality dan Brand Loyalty Terhadap Customer Purchase Decision. *Jurnal Muara Ilmu Ekonomi dan Bisnis*. Volume 3: 176-185.
- Darwin, Muhammad. 2020. Pengaruh Strategi Communication Dalam Marketing 4.0 Terhadap Purchase Decision Melalui Brand Advocacy Pada E-Commerce Shopee. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, dan Akuntansi)*. Volume 4: 375 -396.
- Diwati, F., dan Santoso, T. I. 2015. Pengaruh Strategi Integrated Marketing Communication (IMC) terhadap Keputusan Membeli Konsumen pada Binsis Tour & Travel di Wilayah Daerah Istimewa Yogyakarta. *Jurnal EBANK*, Vol. 6, No. 2, 33-54

Firmansyah, Anang. 2019. *Pemasaran produk dan Merek*. CV. Penerbit Qiara Media.

Firmansyah, Anang. 2020. *Komunikasi Pemasaran*. Pasuruan: CV. Penerbit Qiara Media.

Firmansyah, M. Anang. 2019. *Pemasaran: Dasar dan Konsep*. Surabaya: Penerbit Qiara Media.

Hanifati, Ulva Mustikarini dan Bambang Eko Samiono. 2018. Analisis Pengaruh Website Quality dan EWOM Terhadap Purchase Decision Melalui Online Trust Pada Situs Tiket Travel dan Reservasi Hotel Online Di Indonesia. *Jurnal TRANSformasi*. Volume II: 36-50.

Herdiana, T., dan Alamsyah, D. P. 2017. Country of Origin dan Citra Merek : Upaya Meningkatkan Minat Beli Konsumen. *Jurnal Inspirasi Bisnis dan Manajemen*. Volume 1: 31-40.

Kotler, P. & Keller K.L, 2016, *Marketing Management*, 15th Edition, Pearson Education Inc, USA.

Kotler, P., & Kevin Keller. 2016. *Manajemen Pemasaran* (12th ed.). Jakarta: PT. Indeks Kelompok Gramedia.

Kotler, Philip dan Gary Amstrong. 2016. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Edii13. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.

- Lenarto, Stefan, A.Y.Yan Wellyan Toni Putra dan Veronika Rahmawati.2017. Pengaruh Brand Image dan Price Image Terhadap Purchase Intention dengan Store Image Sebagai Variabel Intervening Pada IBOX Store Di World Trade Center (WTC) Di Surabaya. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen (JUMMA)*. Volume 6: 99-112.
- Lestari, Mulianda dan Wahyono. 2021. The Influence of *Celebrity endorser* and Online Promotion on Purchase Decision Through Brand Image. *Management Analysis Journal*. Volume 2: 198-211.
- Muslih, Muhammad Irfan Nasution dan Kiky Mentari. 2021. The Influence Of *Celebrity endorser* and Product Quality On Purchase Decisions Through Brand Image As Intervening Variables In Wardah Cosmetics. *Proceeding International Seminar on Islamic Studies*. Volume 2: 413-432.
- Saleh, M.Yusuf dan Miah Said. 2019. *Konsep dan Strategi Pemasaran: Marketing Concepts and Strategies*. Makassar: CV Sah Media.
- Sanana, Anita, Muslichah Erma W dan Enny Istanti. 2021. Pengaruh Inovasi Produk, Promosi, Electronic Word of Mouth (eWOM), dan Citra Merek terhadap Minat Beli Produk Pucelle pada Masa Pandemi Covid-19 di Surabaya. *Bhencmark*. Volume 2: 11-24.
- Septiani, Indriyana, IBN Udayana dan Lusya Tria Hatmant . 2022. Analisis Pengaruh *Celebrity endorser*, Brand Image, Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik MS Glow Melalui Word Of

- Mouth Sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Disrupsi Bisnis*. Volume 5: 42-52.
- Sholihat, A. 2018. Pengaruh Promosi Penjualan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian di Krema Koffie. *Jom Fisip*. Volume 5: 1-15.
- Sudarsono, Heri. 2020. *Manajemen Pemasaran*. Jember: Pustaka Abadi.
- Suprpto, Rifqi dan M.Zakky Wahyuddin Azizi. 2020. *Buku Ajaran Manajemen Pemasaran*. Ponorogo: Myria Publisher.
- Supriatna, Yuda dkk. 2019. *Induksi Manajemen Pemasaran*. Surabaya: Penerbit Qiara Media.
- Suryani, Lia Suprihartini dan Akhirman. 2021. Elektronik Word Of Mouth, Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Herbal HPAI Dengan Citra Merek Sebagai Variabel Intervening (Pada Pelanggan Produk Herbal HPAI Di Kota Tanjung Pinang). *Student online journal*. Volume 2: 448-462.
- Tjiptono, Fandy. 2015. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Zahra, R. Ratika dan Nofha Rina. 2018. Pengaruh *Celebrity endorser* Hamidah Rachmayanti Terhadap Keputusan Pembelian Produk Online Shop Mayoutfit di Kota Bandung. *Jurnal Lontar*. Volume 6: 43-57.
- Zebua, Manahati. 2018. *Pemasaran Produk Jasa Kesehatan*. Sleman: Penerbit Deepublish