

## DAFTAR PUSTAKA

### Jurnal

- Ahmad, A. H., Idris, I., Mason, C., & Chow, S. K. (2019). The impact of young celebrity endorsements in social media advertisements and brand image towards the purchase intention of young consumers. *International Journal of Financial Research*, 10(5), 54–65. <https://doi.org/10.5430/ijfr.v10n5p54>  
<https://www.researchgate.net/profile/Arman-Haji-Ahmad/publication/336471644>
- Afriani. 2021. “Electronic Word Of Mouth, Celebrity Endorsement dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Minat Beli Ulang Pada Situs Online Shopee dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Untuk Pengguna AplikasiShopee.”  
<https://archive.umsida.ac.id/index.php/archive/preprint/view/1888>
- Ajeng, N. N., & Nova, A. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi, Brand Awareness, Brand Image dan Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian Skincare Scarlett Whitening. *YUME: Journal of Management*, 5(3), 728–736.  
<https://www.journal.stieamkop.ac.id/index.php/yume/article/view/3597>
- Anggraini, Sonia Fitri et al. 2022. “Pengaruh Harga , Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Di Toko Khanza Aeknabara.” 6: 408–17.  
<https://www.polgan.ac.id/jurnal/index.php/remik/article/view/11563>
- Aprilia, G., Herdinata, C., & Padmawidjaja, L. (2021). Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Graby Bites. *Performa*, 5(6), 449–457.  
<https://journal.uc.ac.id/index.php/performa/article/view/1822>
- Ernawati, D. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Inovasi Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Hi Jack Sandals Bandung. *JWM (Jurnal Wawasan Manajemen)*, 7(1), 17.  
<https://dosen.perbanas.id/docs/wp-content/uploads/2020/06/Jurnal-02-Nasional-Sinta-4-Diah-Ernawati.pdf>
- Gary Armstrong, Philip Kotler, Marc O. Opresnik. 2017. Marketing: An Introduction, Global Edition. 13<sup>th</sup> ed. Pearson Education.  
<https://zlibrary-asia.se/book/6042427/2d02cf>

- Heruwati, E. (2010). Analisis pengaruh daya tarik, kredibilitas, dan keahlian celebrity endorser terhadap keputusan pembelian sepeda motor yamaha mio (studi pada konsumen pt harpindo jaya jl. dr. cipto no.61 semarang). *Journal of Research in Personality*, 61.  
<https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/23782/1/>
- Islamey, A. V., & Maskur, A. (2023). Pengaruh Inovasi Produk, Brand Image Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Swiss House Bakery Kota Semarang). *Economics and Digital Business Review*, 4(1), 767–774.  
<https://www.ojs.stieamkop.ac.id/index.php/ecotal/article/view/422>
- Kurniawan, A., Bai'ul Hak, M., Hidayat, A. A., Fadlli, M. D., Wafik, A. Z., Perindustrian, D., Ntb, P., Ekonomi, F., & Bisnis, D. (2023). Pengaruh Inovasi Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Dan Minuman Di Ntb Mall. *Muslimpreneur*, 3, 66–82.  
<https://ejournal.iainh.ac.id/index.php/muslimpreneur/article/view/238>
- Maharani Dewi, A., & Vienanditya Prasdinari, L. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Jamu Sabdo Palon Di Sukoharjo. *Entrepreneur: Jurnal Bisnis Manajemen Dan Kewirausahaan*, 3(1), 429–437.  
<https://garuda.kemdikbud.go.id/documents/detail/2501165>
- Ni Made Maria Magdalena, & Saortua Marbun. (2022). Pengaruh Digital Marketing Dan Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Yamuna Pastry. *Journal Research of Management*, 3(2), 226–234.  
<http://jarma.triatmamulya.ac.id/index.php/Management/article/view/75>
- Pattipeilohy, V. R. (2018). Inovasi Produk dan Keunggulan Bersaing: Pengaruhnya terhadap Kinerja Pemasaran (Studi pada Usaha Nasi Kuning di Kelurahan Batu Meja Kota Ambon). *Jurnal Maneksi*, 7(1), 66–73.  
<https://www.ejournal-polnam.ac.id/index.php/JurnalManeksi/article/view/78>
- Permana, A. A. (2023). Pengaruh Selebgram Diniyah sebagai Endorsment terhadap Proses Keputusan Membeli Produk pada Konsumen Wardah di Kota Bandung. *Bandung Conference Series: Public Relations*, 3(2), 835–842.  
<https://proceedings.unisba.ac.id/index.php/BCSPR/article/view/9243>
- Purnama, I. (2020). Pengaruh Promosi Online Dan Endorserment Selebgram Terhadap Minat Beli Konsumen. *Youth & Islamic Economic Journal*, 1(2), 14–20. <https://jurnalhamfara.ac.id/index.php/yie/article/download/76/62>
- Purwanti, P., Sarwani, S., & Sunarsi, D. (2020). Pengaruh Inovasi Produk Dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Pt. Unilever Indonesia. *Inovasi*, 7(1), 24.  
<http://openjournal.unpam.ac.id/index.php/Inovasi/article/view/5442/3813>

- Putra, D. T., & Afandi, Y. (2023). Pengaruh Inovasi Produk Dan Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian Produk Erigo. *Jurnal Aplikasi Bisnis*, 9(1). <http://jurnal.polinema.ac.id/index.php/jab/article/view/525>
- Ratnawati, Delia Amanda, Ardian Andi Pradana. 2019. Inovasi Pemasaran Produk Unggulan Berbasis Ekonomi Digital. Kementerian Desa, Pembangunan Daerah Tertinggal, dan Transmigrasi. <https://zlibrary-asia.se/book/18193017/6e04a5>.
- Rizal Mahmudi, F. M. S. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Futsal Dan Bola Merek Specs di Toko Keranjang Bola Sidoarjo. *Ilmu Dan Riset Manajemen*, 10(6), 1–18. <http://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jirm/article/view/4085/4097>
- Rizky Dwijantoro, Bernadin Dwi, dan Nobelson Syarief. 2021. “Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Marketplace Shopee.” Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta. <http://e-journalfb.ukdw.ac.id/index.php/jrmb/article/view/392>.
- Sabda Dian Nurani Siahn, Aurora Elise Putriku. 2021. “Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian.” *Journal of Business and Economics Research (JBE)* 2: 31–35. <https://ejournal.seminar-id.com/index.php/jbe/article/view/730>.
- Sari, F. R., Wahono, B., & Novianto, A. S. (2019). Pengaruh Harga, Keunggulan Bersaing Dan Inovasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Mixue Studi Kasus Mahasiswa Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Malang Angkatan 2019. *Jrm*, 12(02), 221–232. <https://jim.unisma.ac.id/index.php/jrm/article/view/22438>
- Sitompul, Silvia Sari, Gustavito Chrispin, and Muhammad Luthfi Hamzah. 2020. “Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Battery Sepeda Motor.” *Jurnal Inovasi Bisnis dan Akuntansi* 1: 1. <https://journal.al-matani.com/index.php/invest/article/view/18>.
- Swara Viola Nadaranty Savira, Ida Yulianti. 2022. “Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Thrift Shop”. *Jurnal Kewirausahaan dan Inovasi* 1. <https://jki.ub.ac.id/index.php/jki/article/view/4>.
- Tarmidi, D., Prince, Y., Dosinaen, R. P., Siahaan, S. A., Azzadi, M. T., Angel, G., & Napitupulu, S. (2021). The Effect of Product Innovation and Price on Purchasing Decisions on Shopee Users in Bandung in 2021 (Case Study on Electronic Products Labeled Shipping from Overseas). *Turkish Journal of Computer and Mathematics Education*, 12(4), 747–753. <https://turcomat.org/index.php/turkbilmat/article/view/559>

Tarmidi, D., Yunus, O. F., Maykin, R., Zahratunnisa, S., Hidayat, R. F. R., Nurfauziah, D. H., & Saudi, M. H. (2021). The Effect of Service Innovation and Service Quality on Customer Satisfaction during Covid 19 (Survey of Tokopedia App Users in Bandung 2021). *Review of International Geographical Education Online*, 11(5), 2348–2353.  
<https://www.researchgate.net/profile/Didi-Tarmidi-2/publication/356748883>

Zahidah, N. A., Hidayat, W., Listyorini, S., Bisnis, D. A., & Diponegoro, U. (2023). *Pengaruh celebrity endorser dan harga terhadap keputusan pembelian produk kosmetik wardah ( studi pada konsumen wardah di toko indah kosmetik kab . Pekalongan ) pendahuluan*. 12(2), 593–600.  
<https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jiab/article/view/38323>

Zusrony Edwin, S.E., M.M., M.Kom. 2019. Perilaku Konsumen Di Era Modern. Semarang: Yayasan Prima Agus Teknik.  
[https://digilib.stekom.ac.id/assets/dokumen/ebook/feb\\_af4fc26370d71743c5796f1b81bfa97f73ce1c73\\_1652928345.pdf](https://digilib.stekom.ac.id/assets/dokumen/ebook/feb_af4fc26370d71743c5796f1b81bfa97f73ce1c73_1652928345.pdf).

## Buku

Ahyar, H. Dkk. 2020. Buku Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif. Yogyakarta: CV. Pustaka Ilmu.(Issue March).

Darwin, Muhammad et.al. 2021. Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif. 1st ed. Ed. Toman Sony Tambunan. Kota Bandung – Jawa Barat: CV. Media Sains Indonesia.

Diana Widhi Rachmawati et.al. 2022. Metodologi Penelitian. Ed. Makassar: Cendekia Publisher.

Firmansyah,A. 2019. *Pemasaran : Dasar dan Konsep*. Pasuruan – Jawa Timur: Qiara Media Nusantara.

Ghozali, I. 2021. Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 26. (10<sup>th</sup> ed).Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro

Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). Principles of Marketing (17<sup>th</sup> ed.). New York: Pearson Education.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). Marketing Management (15<sup>th</sup> ed.). Harlow: Pearson Education Limited.

Makmur, R. (2015). Inovasi & Kreativitas Manusia. Bandung : Refika Aditama.

Manullang, M dan Hutabarat, E. (2016). Manajemen Pemasaran Dalam Kompetisi Global. Yogyakarta : Indomedia Pustaka.

Sugiyono. 2019. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D (2<sup>nd</sup> ed.). Bandung: ALFABETA

Tjiptono, F., & Chandra, G. 2019. *Service, Quality and Customer Satisfaction* (5Thed.). Yogyakarta : ANDI

Shimp. 2003. *Periklanan Promosi dan Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran. Terpadu, Jilid I* (edisi 5). Jakarta :Erlangga

Schiffman dan Kanuk. 2000. *Perilaku Konsumen. Edisi 7*. Jakarta: Pretince Hall

