

DAFTAR PUSTAKA

- Agusinta, L. (2020). *Pengantar Metode Peneltiian Manajemen*. (T. Lestari, Penyunt.) Surabaya, Jawa Timur, Indonesia: CV. Jakad Media Publishing.
- Ajzen, I. (2019, Desember). The Theory of Planned Behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 188.
- Anggito, A., & Setiawan, J. (2018). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. (E. D. Lestari, Penyunt.) Sukabumi, Jawa Barat, Indonesia: CV Jejak.
- Aritonang, L. (2005). *Kepuasan Pelanggan: Pengukuran dan Penganalisisan dengan SPSS*. Jakarta: Gramedia.
- Aulia, S. R. (2020). PENGARUH KUALITAS DAN HARGA PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK (Studi Kasus Pada Pelanggan MR.DIY di Kota Jakarta Selatan). *Universitas Bakrie*, 7.
- AULIA, S. R. (2020). Pengaruh Kualitas Dan Harga Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Studi Kasus Pada Pelanggan MR.DIY di Kota Jakarta Selatan). 12 - 13.
- Bakhtiar, M. A., Mahbub, M., & Abadi, M. D. (2020, Agustus). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Air Minum (Studi Kasus Pada Perusahaan Umum Daerah Air Minum Kabupaten Lamongan Unit Made). *Jurnal MELATI*, 35, 54.
- Bhatti, A. (2018). Sales Promotion and Price Discount Effect on Consumer Purchase Intention with the Moderating Role of Social Media in Pakistan. *International journal of Business Management*, 3, 55 - 56.
- Brata, B. H., Husani, S., & Ali, H. (2017, April). The Influence of Quality Products, Price, Promotion, and Location to Product Purchase Decision on Nitchi At PT. Jaya Swarasa Agung in Central Jakarta. *Saudi Journal of Business and Management Studies*, 2, 435.
- C. K., & Varda, C. (2020, Februari 07). ECSM 2020 8th European Conference on Social Media. United Kingdom.
- Chich, S. S. (2012, Oktober - Desember). Empirical Study Pertaining to The Effect of Price on Customer Satisfaction With Respect to Dominos and Pizza HUT. *International Journalof Applied Services Marketing Perspectives*.

- Corner, G. (2017, Februari 22). *Erigo, Brand Lokal Yang Siap Bersaing Di Pasar Global*.
- Data, A. K. (2019, Maret 13). *Menghitung Sampel Penelitian (1)*.
- Dermawan , Z. (2018). Peranan Celebrity Endorserdalam Menarik Minat Beli Pengguna Media Sosial Instagram (Studi Pada Mahasiswa Uin Alauddin Makassar). 56 - 57.
- Dharasta, Y. S. (2017, Desember). Pengaruh Penetapan Harga Dan Promosi Terhadap Tingkat Penjualan Tiket (Studi Kasus Pada Jasa Travel Agent Di Wilayah Yogyakarta). *Jurnal Manajemen Dirgantara*, 51.
- Djunaidi, F. G. (2020). *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen Dalam Menggunakan Minyak Kayu Putih Pada Ketel Walbarua Di Desa Ubung*. (T. Q. Media, Penyunt.) Pasuruan , Jawa Timur , Indonesia: Qiara Media.
- Duli , N. (2019). *Metodologi Penelitian Kuantitatif Beberapa Konsep Dasar Untuk Penulisan Skripsi & Analisis Data Dengan SPSS*. Sleman , Yogyakarta , Indonesia : Deeppublish .
- Erida, & Rangkuti, A. (2017, Juli 1). The Effect Of Brand Image, Product Knowledge And Product Quality On Purchase Intention Of Notebook With Discount Price As Moderating Variable. *Journal of Business Studies and Management Review (JBSMR)*, 1, 31.
- Erigostore. (2019). *Erigo Clothing line*.
- Fauzy, N. N., & Rafikasari, E. F. (2020, November). Pengaruh Harga, Kemasan, Kualitas Produk, Brand Image, dan Word of Mouth, Terhadap Minat Beli Mahasiswa Terhadap Produk "Le Minerale". *Jurnal Dinamika Penelitian: Media Komunikasi Penelitian Sosial Keagamaan*, 20, 268 - 269.
- Ferdinand, A. (2002). *Pengembangan Minat Beli Merek Eksistensi*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ferdinand, A. (2002). *Pengembangan Minat Beli Merek Ekstensi*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ferdinand, A. (2014). *Metode Penelitian Manajemen*. Semarang: BP Universitas Diponegoro.
- Ferdinand, A. T. (2006). *Metode Penelitian Manajemen*. Semarang: Universitas Diponegoro .

- Firmansyah , M. A. (2019). *Pemasaran Produk dan Merek (Planning & Strategy)*. Qiara Media.
- Fitriah , M. (2018). Komunikasi Pemasaran melalui Desain Visual. Dalam I. Nuraini, & D. Novidiantoko (Penyunt.). Yogyakarta, Sleman, Indonesia: Deepublish.
- Ford, J. B. (2018). What Do We Know About Celebrity Endorsement in Advertising? *Journal of Advertising Research* , 1.
- Garjito, D. (2020, Oktober 19). *Biodata dan Profil Raffi Ahmad, Artis yang Dijuluki Sultan Andara*.
- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hidayat, A. A. (2021). *Cara Mudah Menghitung Besar Sampel*. (N. A. Aziz, Penyunt.) Surabaya: Health Books Publishing.
- Hidayat, A. A. (2021). *Menyusun Instrumen Penelitian & Uji Validitas-Reliabilitas*. (N. A. Azis , Penyunt.) Surabaya, Jawa Timur, Indonesia: Health Books Publishing.
- Ilahi , R. (2018, Agustus 25).
- Inayah. (2020, Oktober 21). *Bergaya Kece dan Fashionable dengan 8 Brand Clothing Lokal Terbaik untuk Pria Ini!*
- Jaya, I. M. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif Teori, Penerapan, dan Riset Nyata*. (F. Husaini, Penyunt.) Yogyakarta, Indonesia: Anak Hebat Indonsia.
- K , F. S. (2018). *Metodologi Penelitian Farmasi Komunitas dan Eksperimental*. Sleman , Yogyakarta , Indonesia : Deepublish .
- K. O.-F., G. D., & N. O.-F. (2019, Januari 29). The Impact of Celebrity Endorsement on Consumer Purchase Intention: An Emerging Market Perspective. *Journal of Marketing Theory and Practice*, 116.
- Koththagoda, K., & Weerasiri, S. (2017, Juni). Celebrity Endorsement and Purchase Intention of Telecommunication Industry in Sri Lanka. *International Journal of Science and Research (IJSR)*, 6, 637.
- Kotler , P., & Amstrong, G. (2012). *Pricniples of Marketing (Global Edition ed.)*. New Jersey: Prentice Hall.

- Kotler , P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler , P., & Keller, K. L. (2012). *Marketing Management* (Edition 14. Global Edition ed.). Pearson Prentice.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2013). *Principle of Marketing* (Edisi 14 ed.). New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Kotler, P., & Gertner, D. (2002, April). Country as Brand, Product, and Beyond: A Place Marketing and Brand Management Perspective. *Jornal of Brand Management*, 9(4), 249 - 261.
- Kotler, Philip, & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Gelora Aksara Pratama.
- Kusumastuti, A., Khoiron, A. M., & Achmadi, T. A. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Sleman, Yogyakarta , Indonesia : Deepublish Publisher.
- Lee, W.-I., Cheng, S.-Y., & Shih, Y.-T. (2017). Effects Among Product Attributes, Involvement, Word-of-Mouth, and Purchase. *Asia Pacific Management Review*, 227.
- Maharani, O. R., Wijayanto, H., & Abrianto, T. H. (2020, April 8). Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk pada Kepuasan Konsumen Dimoderasi Oleh Loyalitas (Study Kasus pada LipstcikWardah). *urnal Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi*, 4, 100.
- Marzuki, A., Armereo, C., & Rahayu , P. F. (2020). *Praktikum Statistik*. (N. Pangesti , Penyunt.) Malang, Jawa Timur, Indonesia: Ahlimedia press.
- Maulana, R. I. (2018, Oktober). Peran Citra Merek Memediasi Kredibilitas Celebrity Endorser Terhadap Niat Beli Smartphone Vivo Di Kota Tangsel. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 127.
- Maxmanroe. (2019). *Founder dan CEO Erigo Store yang Sukses dengan Capai Omset Usaha Rp 22 Miliar*.
- Monroe. (2003). *Pricing Making Profitable Decision*. New York: The Mc Graw-Hill Companies, Inc.
- Mulyadi. (2007). *Sistem Perencanaan dan Pengendalian Manajemen Sistem PelipatGanda Kinerja Perusahaan* (3 ed.). Jakarta, Indonesia : Penerbit Salemba.

- Nainggolan, N. P., & Heryenzus. (2018, April). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen Dalam Membeli Rumah Di Kota Batam. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, 19, 45 - 54.
- Nasution, M. A. (2019, Januari). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Alatkesehatan Terhadap Keputusan Pembeliankonsumen Pada Pt. Dyza Sejahtera Medan. *Jurnal Warta*.
- Nguyen, N.-T. (2020, Desember 06). The Influence of Celebrity Endorsement on Young Vietnamese Consumers' Purchasing Intention. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 952 - 953.
- Novansa, H., & Ali, H. (2017, Agustus). Purchase Decision Model: Analysis of Brand Image, Brand Awareness and Price (Case Study SMECO Indonesia SME products). *Saudi Journal of Humanities and Social Sciences*, 2, 625.
- Paul, P. J., & Olson, J. C. (2008). *Consumer Behavior : Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. (Cetakan Pertama Edisi Bahasa Indonesia ed.). Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Porral, C. C., & Mangin, J. P. (2017). Store Brands' Purchase Intention: Examining The Role of Perceived Quality. *European Research on Management and Business Economics*, 5.
- Prasetio, A. (2021). *Konsep Dasar E-Commerce*. (A. Karim, Penyunt.) Indonesia : Yayasan Kita Menulis.
- Purwadinata, S., & Batilmurik, R. W. (2020). *Pengantar Ilmu EkonomiKajian Teoritis dan Praktis Mengatasi Masalah Pokok Perekonomian*. (M. F. Arifin, Penyunt.) Malang, Jawa Timur, Indonesia : Literasi Nusantara.
- Puteri, H. E. (2020). Menentukan Populasi dan Sampel Dalam Riset - Riset Ekonomi dan Perbankan Islam. *ReaseachGate*, 12.
- Putri, V. (2018). The Effectof Brand Image and Perceived Price on Smartphone Purchase Intention (Case Study on SamsungBrand). *POLBAN*, 564.
- Riyanto , S., & Hatmawan , A. A. (2020). *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan dan Ekperimen* . Sleman, Yogyakarta , Indonesia : Deepublish.
- Riza, M. F., Fathoni, A., & Hasiholan, L. B. (2019). Analysis Of The Effect Of Brand Equity, Roduk Quality, Product Diversity Toward Purchase Decision With Interest Consumer Buy As Mediation Variables (Study of Nike Shoe Products at the Semarang Original Sport Center Store). 5.

- Rizal, A. (2020). *Buku Ajar Manajemen Pemasaran Di Era Masyarakat Industri 4.0*. Deepublish.
- Rizky, M. F., & Yasin, H. (2014, Oktober 02). Pengaruh Promosi Dan Harga Terhadap Minat Beli Perumahan Obama Pt. Nailah Adi Kurnia Sei Mencirim Medan. *Jurnal Manajemen & Bisnis*, 14, 139.
- Roflin, E., Liberty , I. A., & Pariyana. (2021). *Populasi, Sampel, Variabel Dalam Penelitian Kedokteran*. (M. Nasrudin, Penyunt.) Pekalongan , Jawa Tengah Indonesia : PT. Nasya Expanding Management.
- Rosdiana, R., Haris, I. A., & Suwena, K. R. (2019). Pengaruh Kepercayaankonsumen Terhadap Minatbeli Produk Pakaian Secara Online. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*, 11, 320.
- Rose, T., & Nofiyanti, F. (2020, April). Brand Image of Interest in Buying Current Coffee Consumers in JakartaCitra Merek Terhadap Minat Beli Konsumen Kopi Kekinian di Jakarta. 2, 43.
- Rosyidi, M. R. (2020). *Monograf Pengendalian Kualitas Ikan Bandeng Dengan Metode Seven Tools*. (Robith Effendi , Penyunt.) Yogyakarta, DI Yogyakarta, Indonesia: Bintang Pustaka Madani.
- Royan, F. (2004). *Marketing Celebrities*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- Royan, F. (2014). *Marketing Selebritis*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- Rukin. (2019). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. (A. S. Ahmar , Penyunt.) Takalar, Sulawesi Selatan, Indonesia: Yayasan Ahmar Cendekia Indonesia.
- Sahab, A. (2019). *Buku Ajar Analisis Kuantitatif Ilmu Politik dengan SPSS*. Suarabaya, Jawa Timur , Indonesia : Airlangga University Press.
- Salamoura, M., Giannopoulos, A., & Moumouri, F. (2020). Tourists' Perceptions and Intended Behavior Thanks to Celebrity Endorsement: Antetokounmpo Invites You to Santorini with Aegean Airlines. 872.
- Sangadji , E. M., & Sopiah. (2013). *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta.
- Sari, N., Saputra, M., & Husein, J. (2017, January). Pengaruh Electronic Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Online Bukalapak.com. *Jurnal Manajemen Magister*, 03(01).
- Sasmita, J., & Suki, N. M. (2015, February 23). Young consumers' insights on brand equity: Effects of brand association, brandloyalty, brand awareness,

and brand image. *International Journal of Retail & Distribution Managemen*, 9, 276.

- Savitri, N. W. (2017). Pengaruh Celebrity Endorser dan Iklan Melalui Media Televisi Terhadap Minat Beli Pada Tokopedia Di Denpasar. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 6, 4216.
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2004). *Cosumer Behavior*. United States of America: Pearson Prentice Hall.
- Setiawan, L. (2018, April). Pengaruh Celebrity Endorsement terhadap Purchase Intention Dengan Brand Awareness sebagai Variabel Mediasi Pada Produk Green Tea Esprecielo Allure. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 12, 54.
- Setyadi, S., & Desmawan, D. (2021). *Alokasi Belanja Kesehatan Terhadap Indikator Kesehatan Pembangunan Manusia (Metode Baru) Seluruh Kabupaten/Kota Di Provinsi Banten*. Bandung, Jawa Barat, Indonesia: Media Sains Indonesia.
- Shimp, T. A. (2003). *Periklanan Promosi Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. (D. R. Sjahrial, Penerj.) Jakarta, Indonesia: Erlangga.
- Shimp, T. A. (2003). *Periklanan Promosi dan Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu Jilid 1* (5 ed.). (N. Mahanani, Penyunt., & P. Erlangga, Penerj.) Jakarta, DKI Jakarta, Indonesia: Penerbit Erlangga .
- Shimp, T. A. (2003). *Periklanan Promosi, Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: PT. Glora Aksara Pratama.
- Shimp, T. A. (2003). *Periklanan Promosi: Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu* (Kelima ed.). (R. Sahrial, & D. Anikasari, Penerj.) Jakarta: Erlangga.
- Shimp, T. A. (2003). *Periklanan Promosi: Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. (Kelima ed.). Jakarta: Erlangga.
- Shimp, T. A. (2014). *Komunikasi Pemasaran Terpadu dalam periklanan dan Promosi*. Jakarta: Salemba Empat.
- Silalahi, U. (2015). *Metode Penelitian Sosial Kuantitatif*. Bandung: PT. Refika Aditama.
- Stanton, W. J. (2003). *Principles of Marketing* (tenth ed., Vol. One). (S. Sanduru, Penyunt.) Erland.

- Sudrajat, R. H., & Bulan, S. I. (2019). Pengaruh Penggunaan Celebrity Endorser Arief hammad. *Jurnal Sosial Politik*, 5, 324.
- Sugiyono. (2014). *Populasi dan Sampel* (Vol. 291). Bandung, Jawa Barat, Indonesia : Alfabeta.
- Sujalu, A. P., Ismail, Jumani, Emawati, H., & Milasari, L. A. (2021). *Ilmu Ilmiah Dasar*. Yogyakarta, Yogyakarta, Indonesia: Zahir Publishing.
- Sukma, D. R., & Yuliyanto, M. (2019, September). Pengaruh Terpaan Iklan Televisi dan Intensitas Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian di Shopee. *Interaksi Online*, 7(4), 377-384.
- Sumargo, B. (2020). *Teknik Sampling*. Jakarta Timur, DKI Jakarta , Indonesia: UNJ PRESS.
- Supriadi , I. (2020). *Metode Riset Akuntansi*. (A. D. Nabila, Penyunt.) Sleman, Yogyakarta, Indonesia: Deeppublish.
- Susanti, D. S., Sukmawaty, Y., & Salam , N. (2019). *Analisis Regresi dan Korelasi*. (C. I. Gunawan , Penyunt.) Malang, Jawa Timur, Indonesia: CV IRDH.
- Tabachnick, B. G., & Fidel, L. S. (2013). *Using Multivariate Statistics*. Boston: Pearson.
- Tharmi, U., & Senthilnathan, S. (2017, Desember 13). The Relationship Of Brand Equity To Purchase Intention. 9.
- Tiasanty, L., & Sitio, A. (2019, June). Analysis Of The Effect Of Service Quality, Product Quality And Brand Image On Customer Satisfaction And Its Implications On Consumer Loyalty Pt. Sharp Electronics Indonesia (Case Study At Karawang Sharp Direct Service Station). *International Journal of Engineering Technologies and Management Research*, 6, 199.
- Tjiptono, F. (2012). *Service Management*:.
Tjiptono, F. (2012). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.
- Tohardi, A. (2019). *Buku Ajar Pengantar Metodologi Penelitian Sosial + Plus*. Tanjungpura, Indonesia: Tanjungpura University Press.
- Tohardi, A. (2019). *Pengantar Metodologi Penelitian Sosial + Plus*. Indonesia : Tanjungpura University Press.

- Ujang sumawan . (2019). *Riset Pemasaran dan Konsumen* (3 ed.). PT Penerbit ITB Press.
- Vien, C. V., Yun, C. T., & Fai, P. L. (2017). The Effect Of Celebrity Endorsement On Brand Attitude And Purchase Intention. *Journal of Global Business and Social Entrepreneurship (GBSE)*, 1, 147.
- Wijaya, A. G., & M. Z. (2017, April). The Effect Of Word Of Mouth, Price Perception, Brand Image And Trust On Purchase Decision Using Purchase Intention As An Interveningvariable (Study At Middle Class Housing In Semarang). *International Journal Of Islamic Business (IJIBE)*, 10.
- Wirakanda, G. G., & Pardosi, A. S. (2020, March). Pengaruh Sales Promotion Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus di Blibli.com). *Jurnal Bisnis dan Pemasaran*, 10(1).
- Wulandari, H. N. (2019). PENGARUH BAURAN KOMUNIKASI PEMASARAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MENGGUNAKAN APLIKASI SHOPEE (STUDI PADA MAHASISWA/I PENGGUNA APLIKASI SHOPEE DI KOTA MALANG). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 7(2).
- Younus, S., Rasheed , F., & Zia , A. (2015). Identifying the Factors Affecting Customer Purchase Intention. *Global Journal of Management and Business Research: A Administration and Management*, 15, 1.
- Yusuf , M., & Daris, L. (2019). *Analisis Data Penelitian : Teori & Aplikasi dalam Bidang Perikanan*. (I. Marsuki, Penyunt.) Bogor, Jawa Barat, Indonesia: PT Penerbit IPB Press.
- Zeren, D., & Gokdagh, N. (2020). Influencer Versus Celebrity EndorserPerformance on Instagram. 697.