

## DAFTAR PUSTAKA

- Asnani, O. S., & Rismawai. (2021). *Pengaruh Brand Image , Brand Trust , Dan Service Quality Dalam Pengambilan Keputusan Pembelian Di E-Commerce*.
- Avkiran, N. K., & Ringle, C. M. (2018). *Partial Least Square Structural Equation Modeling: Recent Advances In Banking And Finance (Internatio)*. Springer International Publishing Ag.
- Birks, D. F. (N.D.). *An Applied Approach Updated Second European Edition*.
- Brama Kumbara, V. (2021). Determinasi Nilai Pelanggan Dan Keputusan Pembelian: Analisis Kualitas Produk, Desain Produk Dan Endorse. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 2(5), 604–630. <https://doi.org/10.31933/jimt.v2i5.568>
- Darmanto, & Wardaya, S. (2016). *Manajemen Pemasaran Untuk Mahasiswa, Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah*. Deepublish.
- Echdar. (2017). *Metode Penelitian Manajemen Dan Bisnis*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Geovani, S.M, W., Ronald, S.T.,M.M, D., & Amelia S.E., Rfp-I., M.M., D. (2021). Analysis Of The Effect Of Product Quality, Product Style, Product Price, Brand Image, Service Quality And Store Environment Factors On Brand Loyalty On Uniqlo Customers In Surabaya. *International Journal Of Research Publications*, 69(1), 287–301. <https://doi.org/10.47119/ijrp100691120211680>
- Ghozali, I. (2014). *Aplikasi Analisis Multivariat Dengan Program Ibm Spss (7th Ed.)*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate (9th Ed.)*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- H.P, Y., S, W., & L.S, N. (2020). The Effects Of Content And Influencer Marketing On Purchasing Decisions Of Fashion Erigo Company. *Dinasti International Journal Of Economics, Finance & Accounting (Dijefa)*, 1(2). <https://doi.org/10.38035/dijefa>
- Haryanti, I., Nurdin, H., Purnama, I., Mulya, K. S., & Nurulrahmatiah, N. (2020). *Hedonic Motives And Fashion Trends In Decisions To Purchase Veil Clothes*. 465(Access 2019), 139–141. <https://doi.org/10.2991/assehr.k.200827.036>

- Jung, S., & Jin, B. (2016). Sustainable Development Of Slow Fashion Businesses: Customer Value Approach. *Sustainability (Switzerland)*, 8(6).  
<https://doi.org/10.3390/Su8060540>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2016). *Principles Of Marketing 7th European Edition (Vol.51)*. Pearson Education Limite.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management (15th Editi)*. Harlow, England: Pearson Education Limited.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2019). *Manajemen Pemasaran (13 Jilid 1)*.
- Kurniawan, A. W., & Puspitaningtyas, Z. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: Pandiva Buku.
- Ma, P. M. W. L., & Murtiyanto, R. K. (2020). *Pengaruh Gaya Hidup Dan Inovasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Erigo*. 105–108.
- Man Mubarak, N. ', Fauzi, A., Inggang, D. H., & Nuralam, P. (2018). Pengaruh Celebrity Endorser Pada Media Sosial Instagram Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Online Pada Konsumen Produk Erigo Jakarta Melalui Instagram). *Jurnal Administrasi Bisnis (Jab)/Vol*, 62(1), 18–25.
- Masato, E., & Sopiah. (2021). The Effect Of A Celebrity Endorser On Purchase Interest Through Brand Image. *Kne Social Sciences*, 2021, 188–199.  
<https://doi.org/10.18502/Kss.V5i8.9358>
- Mega, D. M. (2016). Pengaruh Brand Awareness, Perceived Quality Of Brand, Brand Association, Brand Loyalty, Dan Brand Image Terhadap Brand Equity Erigo Menurut Mahasiswa Di Surabaya. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Universitas Surabaya Vol.6 No.2 (2017)*, 5(4), 1–12.
- Noor, J. (2014). *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Nugroho, I. D., & Sarah, S. (2021). Pengaruh Brand Image Dan Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen Busana Muslim Merek Maliqa). *Jurnal Indonesia Membangun*, 20. Retrieved From <https://jurnal.inaba.ac.id/>
- Partiwi, A., & Arini, E. (2021). Pengaruh Kemasan Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Manajemen Modal Insani Dan Bisnis (Jmmib)*, 2 No 1, 77–87. Retrieved From [www.jurnal.imsi.or.id](http://www.jurnal.imsi.or.id)
- Pratama, I., & Rahmidani, R. (2020). Pengaruh Marketing Mix Terhadap

- Keputusan Pembelian Produk Sulaman Khas Kota Padang. *Jurnal Ecogen*, 3(1), 95. <https://doi.org/10.24036/jmpe.v3i1.8529>
- Purba, E., Purba, B., Syafii, A., Khairad, F., Damanik, D., Siagian, V., ... Ernanda, R. (2021). *Metode Penelitian Ekonomi*. Yayasan Kita Menulis.
- Putri, D. C., & Dewi, C. K. (N.D.). *Pengaruh Brand Image Terhadap Purchase Intention Melalui Brand Loyalty Pada Billionaires Project The Influence Of Brand Image On Purchase Intention Through Brand Loyalty Of Billionaires Project*. (2020).
- Rengganis, M. T. (2021a). 3 Subsektor Ekonomi Kreatif Yang Berkontribusi Besar Ke Pdb Menurut Sandiaga. Retrieved From <https://bisnis.tempo.co/read/1499903/3-subsektor-ekonomi-kreatif-yang-berkontribusi-besar-ke-pdb-menurut-sandiaga/full&view=ok>
- Rengganis, M. T. (2021b). Sumbang Pdb Rp 1.100 T, Sandiaga Yakin Ekonomi Kreatif Lokal Mampu Mendunia. Retrieved September 11, 2021, From Tempo.Co Website: <https://bisnis.tempo.co/read/1424285/sumbang-pdb-rp-1-100-t-sandiaga-yakin-ekonomi-kreatif-lokal-mampu-mendunia>
- Riyani, E. W., Kasim, K. T., & Robustin, T. P. (2019). *Dampak Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk 3second Pada Mahasiswa Di Stie Widya Gama Lumajang*. 26–29.
- Riyanto, S., & Hatmawan, A. A. (2020). *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian Di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan Dan Eksperimen*. Deepublish.
- Salsabillah, M. F., Syarief, N., & Nastiti, H. (2021). Pengaruh Celebrity Endorsement, Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Biarnyaman. *Business Management, Economic, And Accounting National Seminar*, 2, 168–187. Retrieved From <https://conference.upnvj.ac.id/index.php/biema/issue/view/33>
- Samsu. (2017). Metode Penelitian: Teori Dan Aplikasi Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, Mixed Methods, Serta Research & Development. In *Diterbitkan Oleh: Pusat Studi Agama Dan Kemasyarakatan (Pusaka)*.
- Setiani, D. D., & Mardiyah, D. (2019). The Effect Of Product Related Atributes, Store Related Attributes And Discount Perception On Customer Satisfaction

- And Retail Patronage At Store 3 Second In Jember City. *International Journal Of Innovative Science And Research Technology*, 4(7), 1238–1242.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian: Kualitatif, Kuantitatif, Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suryaningsih, I. B., Destari, F., & Aviv, D. A. N. (2019). Pengaruh Desain Produk, Brand Image, Harga Dan Celebrity Endorser Terhadap Perilaku Setelah Pembelian Produk Distro 3second Di Jember. *Cakrawala Management Business Journal*, 2(2), 427. <https://doi.org/10.30862/Cm-Bj.V2i2.48>
- Syahrir, Danial, Yulinda, E., & Yusuf, M. (2020). *Aplikasi Metode Sem\_Pls Dalam Pengelolaan Sumberdaya Pesisir Dan Lautan* (1st Ed.; L. Daris & A. D. Riana, Eds.). Bogor: Pt Penerbit Ipb Press.
- Tamadesha, A. (2018). Pengaruh Customer Experience Dan Brand Image Terhadap Customer Loyalty Starbucks Bandung. *Journal Of Accounting And Business ...*, 3(1), 18–27. Retrieved From <https://journal.ithb.ac.id/jabs/article/view/301>
- Tritama, A., Syarief, N., & Pusporini. (2021). *Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pull&Bear Di Grand Indonesia Jakarta*. 2(1), 447–463.
- Wikatanazal, E., Pardiman, & Mohammad, R. (2021). Pengaruh Celebrity Endorser Dan Iklan Instagram Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Online Shop Championsteall.Id). *Jurnal Ilmiah Riset Manajemen*, 10(4), 27–37.