

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdul, D., & Asaf, S. (2020). *Upaya pemenuhan kebutuhan dasar manusia*. 02(02).
- Anjeli, D., & Anggrainie, N. (2022). Pengaruh Harga , Kualitas Produk , Kualitas Pelayanan , Promosi , Celebrity Endorser dan Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Street Boba. *Economics and Digital Business Review*, 3(2), 420–431.
- Astuti, M., & Amanda, A. R. (2020). *Pengantar Manajemen Pemasaran*. Deepublish Publisher.
- Brata, B. H., Husani, S., & Ali, H. (2017). 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(4B), 433–445. <https://doi.org/10.21276/sjbms>
- Budi, P. V. D. (2023). *Kualitas Produk, Kepuasan Pelanggan Dan Niat Beli Ulang: Konsep dan Aplikasi Pada Studi Kasus* (p. 51). Media Pustaka Indo.
- Budiyanto, A. (2019). *Pengaruh JKT48 Sebagai Celebrity Endorser, Citra Merek, Harga dan Promosi Terhadap Proses Keputusan Pembelian Konsumen Minuman Isotonik Pocari Sweat*. 22(3), 248–269.
- Chusnah, & Zaenuri, A. (2020). pengaruh celebrity endorser dan brand image terhadap keputusan pembelian luwak white koffie. *KINERJA Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 2(2), 1–16.
- Damadanti M, M., & Alananto Iskandar, D. (2022). pengaruh celebrity endorser dan brand image terhadap keputusan pembelian produk bittersweet by najla. *Jurnal Mahasiswa Institut Teknologi Dan Bisnis Kalbis*, 8. <https://doi.org/10.31842/jurnalinobis.v4i4.200>
- Firmansyah, A. M. (2018). *Perilaku Konsumen*. Deepublish Publisher.
- Firmansyah, A. M. (2019). Buku Pemasaran Produk dan Merek. *Buku Pemasaran Produk Dan Merek*, August, 336.
- Ghozali, I. (2021). *Partial Least Squares Konsep, Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program SMartPLS 3.2.9 Untuk Penelitian Empiris* (3rd ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Unitomo Press.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2021a). *Principles of Marketing* (eighteenth). Pearson.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2021b). *Principles of Marketing* (Global Edi). pearson.

- Kotler, P., Armstrong, G., Harris, L. C., & He, H. (2020). *Principles of Marketing* (eighth eur). pearon.
- Kotler, P., Keller, K. L., & Chernev, A. (2022). *Marketing Management* (16th ed.). pearson.
- Leonandri, D. G., Harahap, Z., & Fitriana, R. (2021). The Influence of Product Quality and Price on Purchasing Decision for Brown Sugar Boba Fresh Milk. *Enrichment : Journal of Management*, 11(2), 338–344. <https://enrichment.iocspublisher.org/index.php/enrichment/article/view/100>
- Limakrisna, N., & Purba, T. P. (2017). *Manajemen Pemasaran Teori dan Aplikasi dalam Bisnis*. Mitra Wacana Media.
- M, M. D., & Iskandar, D. A. (2022). Pengaruh Celebrity Endorser dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Bittersweet By Najla. *Jurnal Mahasiswa Institut Teknologi Dan Bisnis Kalbis*, 8, 4178–4186. <https://doi.org/10.31842/jurnalinobis.v4i4.200>
- Muasfandi, & Hasanah, M. (2018). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Ekonomi Manajemen*, 2(2623–0615).
- Nggilu, M., Tumbel, A. L., & Djemly, W. (2019). Pengaruh Viral Marketing, Celebrity Endorser, dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Pada Geprek Benu Manado. *Jurnal EMBA*, 7(3), 2691–2700.
- Noor, J. (2014). *Analisis Data Penelitian Ekonomi dan Manajemen*. Jakarta: Grasindo.
- Oktavian, R. F., & Wahyudi, H. (2022). The Influence of Product Quality and Price on Purchase Decisions. *Almana : Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 6(2), 379–392. <https://doi.org/10.36555/almana.v6i2.1911>
- Prajasantana, K. A., Mardartmi, A. B. D., & Argo, J. G. (2021). Analisis Keputusan Pembelian Konsumen Fore Coffee Senopati (Studi Pada Masa Pandemi Covid-19). *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 2, 187–200.
- Pranoto, I. made A., & Giantari, I. G. A. (2022). *Membangun Brand Loyalty Mobile Banking Berbasis Celebrity Endorsement Credibility* (R. R. Rerung (ed.)). CV Media Sains Indonesia.
- Sangadji, E. M., & Sopiah. (2013). *Perilaku Konsumen* (Nikoemus WK (ed.)). Andi Yogyakarta.
- Schiffman, L. G., & Wisenblit, J. (2019). Consumer behavior. In *Pearson Education*. [https://doi.org/10.1016/S0025-6196\(11\)64898-2](https://doi.org/10.1016/S0025-6196(11)64898-2)
- Setiagraha, D., Wahab, Z., Shihab, M. S., & Susetyo, D. (2021). Effect of word of mouth, price perception, and product quality on purchase decision pempek the

- local culinary products in Palembang city. *International Journal of Social Sciences*, 4(1), 52–59. <https://doi.org/10.31295/ijss.v4n1.1125>
- Solicha, S. R., & Purnamasari, O. (2023). Pengaruh Celebrity Endorser Jerome Polin Terhadap Keputusan Pembelian Mie Sedap Tasty Beef Yakiniku. *Jurnal Netnografi Komunikasi*, 1(2), 26–30.
- Sudaryono. (2014). *Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Pemasaran* (G. Lanang & S. Handayani (eds.); Pertama). Lentera Ilmu Cendekia.
- Sudaryono. (2016). *Manajemen Pemasaran Teori dan Implementasi* (F. Sigit (ed.); 1st ed.). CV Andi Offset.
- Sugiyono. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D* (Sutopo (ed.); Kesatu). Penerbit Alfabeta Bandung.
- Thusyanthy, V. (2018). Celebrity Endorsement and Brand Credibility in the Carbonated Soft Drink Industry in Sri Lanka. *International Journal of Business and Management*, 13(7), 93. <https://doi.org/10.5539/ijbm.v13n7p93>
- Wachyuni, S. S., & Priyambodo, T. K. (2020). the Influence of Celebrity Endorsement in Restaurant Product Purchase Decisions Making. *International Journal of Management, Innovation & Entrepreneurial Research*, 6(2), 45–54. <https://doi.org/10.18510/ijmier.2020.625>