

DAFTAR PUSTAKA

- Abislong, B. P., Soepeno, D., Sumarauw, J. S. B., Iklan, P., Perhatian, D. A. N., Terhadap, K., Abislong, B. P., Soepeno, D., & Sumarauw, J. S. B. (2023). Pembelian Produk Joije San Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Sam Ratulangi Manado *The Effect Of Advertising And Consumer Attention On Purchase Decisions Of Kojie San Products In Students Of The Faculty Of Economics And Business Jurnal*. 11(3), 621–632.
- Afif, H. ', Heri, B., Titis, P., & Dhewi, S. (2020). The Impact Of E-Wom And Advertising On Purchase Decision Si.Se.Sa Syar'i Clothes With Brand Awareness As An Intervening Variables (A Study On Si.Se.Sa Fashion Consumers). *International Journal Of Business, Economics And Law*, 23(1), 1. www.Gbindonesia.Com
- Agustina, R., Hinggo, H., & Zaki, H. (2023). Tabel 1 Data Penjualan Produk Erigo Dari Platform Shopee. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Merdeka EMBA*, 2(1), 433–443.
- Alessandro, L. C., Japariato, E., & Kunto, Y. S. (2023). Peran Mediasi Brand Image Pada Pengaruh Celebrity Endorsement Terhadap Purchase Intention Produk Skin Care Nature Republic. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 17(1), 24–30. <https://doi.org/10.9744/jmp.17.1.24-30>
- Alfiah, A., Suhendar, A., & Yusuf, M. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Vinyl Flooring Merek Taco Di CV Indosanjaya Kota Bandung. *SEIKO: Journal Of Management & Business*, 6(1), 492–503. <https://doi.org/10.37531/sejaman.v6i1.3926>
- Arviani, K., Putri, K., & Romli, N. (2023). Pengaruh Social Media Marketing Instagram Terhadap Brand Awareness Produk Lokal Erigo Apparel. *Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi: Communique*, 5(2).
- Aryani, I. D., & Murtiariyati, D. (2022). Instagram Sebagai Media Promosi Dalam Meningkatkan Jumlah Penjualan Pada A.D.A Souvenir Project. *Jurnal Riset Akuntansi Dan Bisnis Indonesia*, 2(2), 466–477. <https://doi.org/10.32477/jrabi.v2i2.479>
- Aryanto & Wismantoro. (2020). *Digital Marketing*. Yogyakarta: PT Kanisius. Ayu
- S., C., Samsudin, A., Hidayat, R., S.E., C., N.A., O., F., F., & Agusnia W., T. (2023). Pengaruh *Celebrity Endorser* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare. *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 4(5), 1171–1180. <https://doi.org/10.47467/elmal.v4i5.2688>
- Azizah, Y. J., & Fikriyah, K. (2023). Pengaruh Celebrity Endorsement Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Muslim Pada Produk Scarlett Whitening Di

- Surabaya. *Komitmen: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 4(1), 37–47. <https://doi.org/10.15575/jim.v4i1.23552>
- Bisnis.Com. (2021). *Strategi Pengusaha Fesyen Terus Melejit Di Masa Pandemi, Tinggalkan Cara Kuno*. <https://entrepreneur.bisnis.com/read/20210214/88/1355959/strategi-pengusaha-fesyen-terus-melejit-di-masa-pandemi-tinggalkan-cara-kuno>
- Bulan, S. I. S., & Sudrajat, R. H. (2019). Pengaruh Penggunaan Celebrity Endorser Arief Muhammad Di Instagram Terhadap Brand Image Erigo Store. *Jurnal Sosial Politik*, 5(2), 322. <https://doi.org/10.22219/sospol.v5i2.8505>
- Clow, K. E., & Baack, D. (2018). Engage , Assess , Apply With Mylabmarketing. In *Advertising And Promotion. An Integrated Marketing Communication Perspective*. (Issue 3). W
- Databoks. (2022). 10 Merek Fesyen Favorit Responden (Desember 2021). In *Katadata Media Network*.
- Dhiatami, B. S. (2023). The Influence Of Brand Ambassadors , Advertisements , And Prices On The Decision To Buy Lemonilo Instant Noodle Products In Generation Z In DKI Jakarta Pengaruh Brand Ambassador , Iklan , Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Mie Instan Lemonilo P. *Faculty Of Economic And Business, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta*. <http://repository.upnvj.ac.id/id/eprint/22304>
- Dinda, D., & Sunargo, S. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Promosi Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Shopee. *J-MAS (Jurnal Manajemen Dan Sains)*, 8(1), 66. <https://doi.org/10.33087/jmas.v8i1.914>
- ErigoStore.Id. (2022). *Penjualan Erigo 2022*. <https://erigostore.co.id/>
- Fardiana Putri, R., Fitriani, E. W., & Sartika, S. H. (2022). Analisis Strategi Pemasaran Erigo Store Brand Fashion Lokal Indonesia Yang Mendunia. *Transekonomika: Akuntansi, Bisnis Dan Keuangan*, 2(5), 213–220. <https://doi.org/10.55047/transekonomika.v2i5.185>
- Firmansyah, M. A. (2018). Perilaku Konsumen (Sikap Dan Pemasaran). DEEPUBLISH. (Definisi Keputusan Pembelian)
- Germaine, A. F., Kuswarno, E., & Wibowo, K. A. (2023). Pengaruh Terpaan Iklan Instagram Terhadap Intensi Pembelian Produk Erigo Melalui Sikap Terhadap Iklan Dan Sikap Terhadap Merek. *J-MAS (Jurnal Manajemen Dan Sains)*, 8(1), 385. <https://doi.org/10.33087/jmas.v8i1.737>
- Ghozali, I. (2021). Partial Least Squares Konsep, Teknik Dan Aplikasi Menggunakan Program Smartpls 3.2.9 Untuk Penelitian Empiris. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.(PLS)

- Hafidz, G. P., & Muslimah, R. U. (2023). Pengaruh Kualitas Layanan, Citra Merek, Kepercayaan Pelanggan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Produk Herbalife. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 7(1), 253–274. <https://doi.org/10.31955/Mea.V7i1.2912>
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran & Kepuasan Pelanggan*. Unitomo Press. (Definisi Perilaku Konsumen)
- Instagram.Com/Refalhady.(2023).*RefalHadyXErigo*.
https://www.instagram.com/p/Cipslzczjqk9/?img_index=2
- Investor.Id. (2021). *Strategi Fashion Lokal Di Indonesia*.
- Irmayanti, S., & Annisa, I. T. (2023). *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis (JIMBI) Peran Mediasi Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Merek Lokal Pada Wanita Urban The Role Of Brand Image Mediation On Purchase Decisions For Local Brand Cosmetics In Urban Women*. 4(1), 106–116. <https://doi.org/10.31289/Jimbi.V4i1.1774>
- Irsad, N. (2023). *Penguatan Rasa Percaya Diri Pada Anak Melalui Kegiatan Fashion Show*. 1(2), 70–75.
- Ivanka Prisca Lorinda, A. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Iklan, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Penggunaan Tolak Angin (Studi Kasus Pada Pengguna Tolak Angin Di Kota Semarang). *Diponegoro Journal Of Social And Politic*, 22(1), 2–8.
- Juliana, Pramezwarly, A., Djakasaputra, A., & Tarigan, S. A. (2022). *Dasar-Dasar Pemasaran (M. Nasrudin (Ed.))*. PT. Nasya Expanding Management. (Definisi Pemasaran)
- Kalam, A. L., Andriani, Y., Wijayanti, V., Nada, S., & Romli, A. (2019). *PENGARUH CELEBRITY ENDORSER DILLA JAIDI TERHADAP CITRA MEREK PRODUK SOMETHINC (Studi Pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Negeri Jakarta Angkatan 2019)*. 10(1), 37–52.
- Katadata Media Network. (2021). *Produk Pilihan Saat Belanja Online*.
- Katadata Media Network. (2022). *Raffi-Nagita Hingga Syahrini, Inilah Artis Indonesia Dengan Tarif Endorse Termahal*.
- Katadata Media Network. (2023). *Ini Media Sosial Yang Banyak Dipakai Konsumen Indonesia Untuk Belanja*.
- Katadata Media Network. (2023). *Jumlah Pengguna Instagram Indonesia Terbanyak Ke-4 Di Dunia*.
- Katadata Media Network. (2023). *Raffi Ahmad Dan Nagita Slavina Masuk Top*

Instagram Influencer Asia, Bersaing Dengan Lisa Blackpink!

- Koesworodjati, Y., & Sapira, M. (2023). The Effect Of Celebrity Endorser And Prices On The Jglow Product Purchase Decision Process. *Jurnal Riset Bisnis Dan Manajemen*, 16(1), 28–32.
<https://Www.Journal.Unpas.Ac.Id/Index.Php/Jrbm/Article/View/6437%0Ahttps://Www.Journal.Unpas.Ac.Id/Index.Php/Jrbm/Article/View/6437/2831>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles Of Marketing (17th Editi)*. Pearson Education Limited. (Definisi Iklan)
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2021). *Principles Of Markerting*. Pearson Education Limited. (Definisi Pemasaran)
- Kotler, P., Armstrong, G., Harris, L., & C. He, H. (2020). *Principles Of Marketing Eighth Europe An Edition*. In Pearson Education Ltd (Issue 17th Edition). Www.Pearson.Com/Uk (Definisi Perilaku Konsumen)
- Kotler, P., Keller, K. L., Brady, M., Goodman, M., & Hansen, T. (2019). *Marketing Management (4th Ed.)*. Pearson Education. (Definisi Citra Merek)
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2021). *Marketing Management MARKETING Management Marketing Management*. In Pearson Practice Hall. (Definisi Pemasaran)
- Kotler, P., Keller, K. L., & Chernev, A. (2022). *Marketing Management (16th Ed.)*. Pearson Education Limited.
- Kotler, P., Kertajaya, H., & Setiawan, I. (2021). *Marketing 5.0 Technology For Humanity*. In *Library Of Congress Cataloging-In-Publication Data*. John Wiley & Sons, Inc., Hoboken, New Jersey.
- Lestari, M., & Wahyono. (2021). The Influence Of Celebrity Endorser And Online Promotion On Purchase Decision Throudh Brand Image. *Management Analysis Journal*, 10(2), 198–211. [Http://Maj.Unnes.Ac.Id](http://Maj.Unnes.Ac.Id)
- Lestari, N. F., Fachrunnisa, R., Pradana, J. D., Khairunnisa, S., Febriyanti, R., Yuniasti, N., Valentina, F., Rifai, A., Yanti, E. D. P., Indriyani, Y., Putri, B. S. L., Fitria, A., Yuliati, D., Danti, R., Maysaroh, S., & Margaretha, J. (2021). *Intisari Manajemen Pemasaran (I. Muis (Ed.); 1 Ed.)*. Deepublish.
- Limakrisna, N., & Purba, T. P. (2017). *Manajemen Pemasraan Teori Dan Aplikasi Dalam Bisnis Di Indonesia Edisi 2 (2nd Ed.)*. Mitra Waacana Media. (Defisni Pemasaran)
- Memon, M. A., Cheah, J. H., Ramayah, T., Ting, H., & Chuah, F. (2018). Mediation Analysis Issues And Recommendations. *Journal Of Applied Structural Equation Modeling*, 2(1), I–IX. [Https://Doi.Org/10.47263/JASEM.2\(1\)01](https://Doi.Org/10.47263/JASEM.2(1)01)

- Nastiti, H., & Mardiatmi, B. (2021). Kinerja Pemasaran Dan Promosi Media Sosial Dalam Mendorong Pembelian UMKM. *Ekonomis: Journal Of Economics And Business*.
<https://Repository.Penerbitwidina.Com/Id/Publications/348541/Kinerja-Pemasaran-Dan-Loyalitas-Mendorong-Pertumbuhan-Umkm#>
- Nggilu, M., Tumbel, A., & Djemly, W. (2019). Viral Marketing, Celebrity Endorsement Dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Pada Geprek Benu Medan. *Jurnal Ekonomi Bisnis, Manajemen Dan Akuntansi (JEBMA)*, 2(1), 1–9. <https://doi.org/10.47709/Jebma.V2i1.1208>
- Norvadewi, Sampe, F., Ardianto, R., & Yusuf, M. (2023). Entrepreneurship And Social Science The Impact Of Brand Image And Price Online Product Purchase Decisions At Shopee. *Asian Journal Of Management, Entrepreneurship And Social Science*, 3(1), 336–351.
<https://ajmesc.Com/Index.Php/Ajmesc>
- Nur Fuady Mahardika, M., & Ning Farida, S. (2022). Pengaruh Celebrity Endorse (Attractiveness, Trustworthiness, Dan Expertise) Terhadap Minat Beli Pada Brand Erigo Di Kota Surabaya. *Reslaj : Religion Education Social Laa Roiba Journal*, 5(2), 357–368. <https://doi.org/10.47467/Reslaj.V5i2.1512>
- Nurhaliza, A. Y. (2022). *And Electronic Word Of Mouth On Purchase Decision. Faculty Of Economic And Business, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta*, 3.
- Nurhidayat, D., Sukomo, S., & Yustini, I. (2021). Pengaruh Iklan Dan Kemasan Terhadap Pembentukan Citra Merek Rokok Dunhill Mild (Suatu Studi Pada Masyarakat Dusun Rancah). *Business Management And ...*, 3, 69–78.
<https://jurnal.unigal.ac.id/bmej/article/view/4542%0Ahttps://jurnal.unigal.ac.id/bmej/article/viewfile/4542/6239>
- Octavia, A. N., Erlinda, D., & Lau, M. P. (2023). Analisis Citra Merek , Periklanan Dan Word Of Mouth. *Fokus EMBA*, 02(02), 157–167.
- Pratiwi, B. M., & Mahfudz. (2021). Pengaruh Dukungan Selebriti, Konten Iklan, Dan Ulasan Online Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pakaian Dengan Minat Beli Konsumen Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Platform Instagram Di Provinsi Jawa Tengah). *Diponegoro Journal Of Management*, 10(5), 1. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr>
- Putu, N., & Maharani, J. (2018). *Terhadap Keputusan Pembelian Es Krim Wall ' S Magnum Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana , Bali , Indonesia Pemasaran Merupakan Salah Satu Kegiatan Untuk Merencanakanapa Yang Harus Dilakukan Oleh Perusahaan Untuk Mempertahankan Kelangsungan Hi*. 7(8), 4355–4384.
- Rachmah, S. M. (2023). Pengaruh Citra Merek Terhadap Minat Beli Produk Erigo.

Jurnal Manajemen Dan Bisnis, 2(1), 1–6.

- Radjab, E., & Jam'an, A. (2017). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Makassar: Lembaga Perpustakaan Dan Penerbitan Universitas Muhammadiyah Makassar (Sumber Data Pengertiannya)
- Rahmawati, L.O. (2022). Simba Seminar Inovasi Manajemen Bisnis Dan Akuntansi 4 Seminar Inovasi Manajemen Bisnis Dan Akuntansi (SIMBA) 4 Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas PGRI Madiun Pengaruh Brand Ambassador, Desain Produk Dan Persepsi Harga Terhadap Citra Merek Pada Erigo. September.
- Ridha, M., & Irmawati, I. (2023). Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sepatu Merek Pro Att Di Toko Cahaya Desa Ngabar Jetis Mojokerto. *Emas*, 6(1), 97–105.
- Rifatin, Y., & Sudarwanto, T. (2021). Pengaruh Shopping Lifestyle Dan Fashion Involvement Terhadap Impulse Buying (Studi Pada Konsumen Toko Pakaian Dhyhijab Jombang). *BIMA: Journal Of Business And Innovation Management*, 3(3), 367–379. <https://doi.org/10.33752/Bima.V3i3.270>
- Rizki, M., & Mulyanti, D. (2023). Pentingnya Strategi Pemasaran Melalui Penguatan Citra Merek. *Jurnal Ekonomi, Bisnis, Dan Manajemen*, 2(1), 240–245.
- Rizvia, N., Ramadhania, N., Savitri, C., & Pertiwi, W. (2023). Pengaruh *Celebrity Endorser* Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Lipstik Pixy (Studi Mahasiswi Manajemen 2017 Universitas Buana Perjuangan Karawang). *Jurnal Manajemen & Bisnis Kreatif*, 8(2), 42–55. <https://doi.org/10.36805/Manajemen.V8i2.5318>
- San Taslim, W., Stefani, S., Artikel, R., & Kunci, K. (2023). *Politeknik Tonggak Equator 12345 13*, 78–86. <http://journal.stieip.ac.id/index.php/iga>
- Saputra, D. A., & Padmanty, S. (2023). Pengaruh Citra Merek Dan Kepercayaan Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan Yang Dimediasi Oleh Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Lentera Bisnis*, 12(2), 395. <https://doi.org/10.34127/Jrlab.V12i2.768>
- Schiffman, L., & Wisenblit, J. (2019). *Consumer Behavior*. Pearson Education Limited. (Indikator *Celebrity Endorser*)
- Setiawan, S. (2020). *Analisa Partial Model Persamaan Struktural Dengan Software SMART-PLS Versi 3 (1st Ed.)*.
- Sihombing, R. A., Sipahutar, H., & A.Sinaga, N. (2019). Pengaruh Desain Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Mezora. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 4(4), 1–9.

- Slamet, D. P. (2023). Business And Organization Guidance □. *Business And Organization Guidance*, 4(2), 1–6.
- Solihin, M., & Ratmono, D. (2021). Analisis SEM-PLS Dengan Warppls 7.0 Untuk Hubungan Nonlinier Dalam Penelitian Sosial Dan Bisnis.
- Sribu.Com. (2020). *Cara Promosi Di Instagram & 10 Contohnya Untuk Bisnis*. <https://www.sribu.com/id/blog/cara-promosi-di-instagram/>
- Suaramerdeka.Com. (2022). *Tegangnya Raffi Ahmad Jadi Model, Tampil Bareng Erigo Di New York Fashion Week*. <https://www.suaramerdeka.com/gaya-hidup/pr-044760525/tegangnya-raffi-ahmad-jadi-model-tampil-bareng-erigo-di-new-york-fashion-week>
- Suhendra, A. R., Masnita, Y., & Kurniawati. (2023). Antecedent Sikap Konsumen Terhadap Perilaku Pembelian Online. *Jurnal Samudra Ekonomi Dan Bisnis*, 14(1), 63–75. <https://doi.org/10.33059/jseb.v14i1.5954>
- Sumarwan, U. (2017). Perilaku Konsumen (Teori Dan Penerapannya Dalam Pemasaran) (R. Sikumbang (Ed.); Kedua). Ghalia Indonesia. (Definisi Perilaku Konsumen)
- Supardin, L., Tamansiswa, U. S., Behavior, C., & Bisnis, D. (2022). The Role Of Brand Image As A Mediation Of The Effect Of Advertising And Sales Promotion On Customer Purchase Decision. *Journal Of Economics And Sustainable Development*, August. <https://doi.org/10.7176/jesd/13-8-09>
- Susant, F., & Faulina, T. (2023). Pengaruh Gaya Hidup Dan Kelas Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Merek Samsung Di Bintang Ponsel Padang. *Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen Dan Kewirausahaan*, 3, 560–578.
- Tianingrum, D. (2021). *The Effect Of Brand Image, Product Design, And Celebrity Endorser On The Purchase Decision Of Billionaire's Project Products In Jakarta Utara* By Destri Mailinda Tianingrum. *Faculty Of Economic And Business, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta*. <http://repository.upnvj.ac.id/id/eprint/17248>
- Tokopedia.Com. (2022). *10 Model Jaket Erigo Paling Favorit, Termasuk Sweater Dan Hoodie!* <https://www.tokopedia.com/blog/top-model-jaket-erigo-fsp>
- Tonce, Y., & Rangga, M. (2020). Minat Dan Keputusan Pembelian: Tinjauan Melalui Persepsi Harga & Kualitas Produk (Konsep Dan Studi Kasus) (Kodri (Ed.)). CV. Adanu Abimata. (Definisi Keputusan Pembelian)
- Triwardhani, D., & Wiramawan, T. (2023). Pengaruh *Price, Promotion, dan Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Aplikasi Konsumen Mcdonald's Di Jakarta). *Ekonomis: Journal Of Economics And Business*.

We Are Social. (2023). Digital 2023. *We Are Social*. <https://wearesocial.com/us/>

Widiantika, D. N., & Marlien, R. A. (2023). *SEIKO : Journal Of Management & Business Seberapa Penting Pengaruh Celebrity Endorser Pada Keputusan Pembelian Skincare Somethinc Di Kota Semarang*. 6(2), 238–246.