

## DAFTAR PUSTAKA

- Abimany, K., Suherman, & Siregar, M. E. S. (2023). Pengaruh Pemasaran Viral, Selebriti Endorser, Kualitas Produk, Dan Kesadaran Merek Terhadap Keputusan Penggunaan Aplikasi Ajaib Di Masa Pandemi (Studi Kasus Pada Mahasiswa Jenjang Sarjanafe Unj). *Jurnal PijarStudi Manajemen Dan Bisnis*, 2(1), 50–63. <https://e-journal.naureendigiton.com/index.php/pmb>
- Andrea, A. S., & Keni, K. (2021). Pengaruh Electronic Word of Mouth (eWOM), Celebrity Endorser, dan Online Advertising terhadap Brand Awareness. *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Kewirausahaan*, 5(5), 464. <https://doi.org/10.24912/jmbk.v5i5.13286>
- Andrews, J., & Shimp, T. A. (2017). *Advertising, promotion, and other aspects of integrated marketing communications*. Cengage Learning.
- Arissaputra, R. (2024). *Purchase Intention produk Fesyen Lokal Berdasarkan Analisis Celebrity Endorsement dan Brand Image*. Intelektual Manifes Media. =definisi celebrity endorser&f=false
- Astuti, N. L. G. S. D., Widhyadanta, I. G. D. S. A., & Sari, R. J. (2021). Pengaruh Brand Image Dan Brand Awareness Lazada Terhadap Keputusan Pembelian Online. *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana*, 10(10), 897. <https://doi.org/10.24843/eeb.2021.v10.i10.p07>
- Budiman, R., & Erdiansyah, R. (2021). Pengaruh Celebrity Endorser, Kualitas Pesan Iklan, Kreativitas Iklan terhadap Efektivitas Iklan Gojek Cerdikiawan Article Sidebar. *Jurnal Prologia*, 5(1). <https://doi.org/10.24912/pr.v5i1.8140>
- Bulan, S. I. S., & Sudrajat, R. H. (2019). Pengaruh Penggunaan Celebrity Endorser Arief Muhammad Di Instagram Terhadap Brand Image Erigo Store. *Jurnal Sospol*, 52. <https://doi.org/10.22219/sospol.v5i2.8505>
- Bungin, B. (2019). *Penelitian Kuantitatif: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, dan Ilmu Sosial Lainnya*. Prenada Media Group.
- CIMB Niaga. (2024). *Jangan Salah, Ini Cara Membangun Brand Awareness yang Tepat*. PT Bank CIMB Niaga Tbk. <https://www.cimbniaga.co.id/id/inspirasi/bisnis/apa-itu-brand-awareness-ini-cara-membangunnya-dari-awal>
- Firdaus, M., Aisyah, S., & Farida, E. (2023). Pengaruh customer review, customer rating, dan celebrity endorser terhadap minat beli melalui kepercayaan di online shop Shopee. *Entrepreneurship Bisnis Manajemen Akuntansi (E-BISMA)*, 4(1), 67–83. <https://doi.org/10.37631/ebisma.v4i1.874>
- Firmansyah, M. A. (2019). *Pemasaran Produk dan Merek (Planning & Strategy)*. CV. Penerbit Qiara Media.

- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 26 Edisi 10*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gupta, T. (2014). Impact Of Celebrity Endorsement On Purchase Decisions: A Study Among Youth Of Bareilly. *International Journal of Management Research and Reviews*, 4(11).
- Lomine, L., Muchena, M., & Pierce, R. (2022). *Business Management*. Oxford University Press.
- Malhotra, N. K., Nunan, D., & Birks, D. F. (2017). *Marketing Research : An Applied Approach, 5th Edition*. Pearson Education.
- Meliana, S. A. (2020). *Pengaruh Store Atmosphere, Kualitas Produk Dan Kesadaran Halal Terhadap Keputusan Pembelian Dalam Perspektif Ekonomi Islam Pada Restoran Cepat Saji Di Lampung* [UIN Raden Intan Lampung]. <http://repository.radenintan.ac.id/id/eprint/11466>
- Merkel, A. (2014). *Speech by Federal Chancellor Angela Merkel to the OECD Conference*. <https://www.bundesregierung.de/breg-en/service/archive/archive/speech-by-federal-chancellor-angela-merkel-to-the-oecd-conference-477432>
- Pandiangan, K., Masiyono, M., & Dwi Atmogo, Y. (2021). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Brand Equity: Brand Trust, Brand Image, Perceived Quality, & Brand Loyalty. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 2(4), 471–484. <https://doi.org/10.31933/jimt.v2i4.459>
- Perkasa, R. G. D., & Sustaningrum, R. (2022). Analisis Potensi Bisnis Snack Ala Korea. *Prosiding Working Papers Series In Management*, 14(1), 47–61. <https://doi.org/10.25170/wpm.v14i1.3587>
- Putra, D. S., Yulianti, F., & Abdurrahim. (2022). Pengaruh Celebrity Endorse Dan Brand Awareness Terhadap Minat Pembelian Produk E-Commerce Tokopedia Di Banjarmasin. *Prosiding Penelitian Dosen ....* <http://dx.doi.org/10.31602/ppdu.v0i1.8291>
- Putra, I. K. T. D., & Sulistyawati, E. (2015). Peran Brand Image dalam Memediasi Pengaruh Celebrity Endorser terhadap Niat Beli. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 4(6), 1722–1734. <https://media.neliti.com/media/publications/255133-peran-brand-image-dalam-memediasi-pengar-c7a9ad57.pdf>
- Putri, B. H. H., & Nasution, O. B. (2021). Pengaruh Electronic Word of Mouth, Celebrity Endorser, Dan Social Media Marketing Terhadap Brand Image Pada Produk Di Instagram. *Jurnal Ekonomi Bisnis, Manajemen Dan Akuntansi (JEBMA)*, 1(3), 240–246. <https://doi.org/10.47709/jebma.v1i3.1156>

- Rachmaningtyas, P., & Surianto, M. A. (2022). Pengaruh Celebrity Endorser, Daya Tarik Iklan, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ekobistek*, 11(4), 389–396. <https://doi.org/10.35134/ekobistek.v11i4.459>
- Raras, S., Ramdan, A. M., Jhoansyah, D., Muhammadiyah, U., & Sukabumi, K. (2022). Joe Taslim Endorser Credibility Analysis With Self Brand Connection To Brand Equity. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 3(4), 2210–2218. <http://journal.yrpiuku.com/index.php/msej>
- Riani, O., & Wijayanto, G. (2023). The Influence Of Brand Image And Celebrity Endorser On Brand Loyalty And Repurchase Intention Of Maybeline Product Consumers In Pekanbaru City Pengaruh Brand Image Dan Celebrity Endorser Terhadap Brand Loyalty Dan Repurchase Intention Pada Konsumen Produk. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 4(January), 104–116.
- Rizky, N. P. N., Komariah, K., & Mulia, F. (2020). Analisis Kredibilitas Celebrity Endorser Dan Daya Tarik Iklan Terhadap Brand Awareness. *Syntax Idea*, 2(7). <https://doi.org/10.46799/syntax-idea.v2i7.449>
- Sokolova, K., & Kefi, H. (2020). Instagram and YouTube bloggers promote it, why should I buy? How credibility and parasocial interaction influence purchase intentions. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 53. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2019.01.011>
- Sugiyono. (2017). *METODE PENELITIAN KUANTITATIF, KUALITATIF, DAN R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D / Sugiyono*. Alfabeta.
- Suroto, A. (2023). Peran Kuliner Lokal Dalam Mengembangkan Gastronomi Kuliner Berkelanjutan. *Jurnal Pariwisata PaRAMA*, 4(1). <https://doi.org/10.36417/jpp.v4i1.621>
- Wahab, D. A., Anggadini, S. D., Yunanto, R., & Soegoto, D. S. (2023). *Ekosistem Bisnis & Transformasi Digital Perspektif Keberlanjutan Usaha Kecil Kuliner*. CV. AA Rizky.
- Wujarso, R., Sumardi, B., Pitoyo, B. S., Gentari, K., Pratiwidewi, M., N, R. D., Sukarno, Handaka, R. D., Andharta, R., Susilawati, Rachbini, W., & Prakoso, R. (2023). *Metode Penelitian Bisnis Pendekatan Kuantitatif: Panduan Komprehensif untuk Memahami dan Menerapkan Metode Penelitian Kuantitatif dalam Dunia Bisnis*. PT ASADEL LIAMSINDO TEKNOLOGI. tian penelitian kuantitatif menurut ahli 2022&f=false