# **DAFTAR PUSTAKA**

Anas, A. A., & Sudarwanto, T. (2020). Pengaruh Celebrity Endorser terhadap Keputusan Pembelian di Eiger Store Royal Plaza Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, *8*(3), 953–958.

Fikri, M. Z., & Mulazid, A. S. (2018). Pengaruh Brand Image, Lokasi Dan Store Atmosphere Terhadap Proses Keputusan Pembelian Konsumen Pada Minimarket “Kedai Yatim.” *Jurnal Syarikah : Jurnal Ekonomi Islam*, *4*(1), 22–32. https://doi.org/10.30997/jsei.v4i1.1066

Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23* (8th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25* (9th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Irmalisa, Suharno, & Kuleh, J. (2016). Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Citra Merek (Brand Image) Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Toyota Kijang Innova di Samarinda. *Jurnal Manajemen*, *8*(1), 30–42.

kevin lane, K. (2013). *Strategi Branf Management( Building, Measuring and Managing Brand Equity* (global 4 e). United states: Pearson.

Kolter, P., & kevin lane, K. (2012). *Marketing Management* (14th ed.). New Jersey: Prentiene-hall Published.

Maindoka, L. F., Tumbel, A., & Rondonuwu, C. (2018). Analisis Pengaruh Citra Merek, Harga Dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Nissan Grand Livina Pada Pt.Wahana Wirawan Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, *6*(3), 1518–1527. https://doi.org/10.35794/emba.v6i3.20235

Nitisusanto, M. (2013). *perilaku konsumen dalam prespektif kewirausahaan*. Alfabeta.

Sugiyono. (2019). *metodo penelitian kuantitatif kualitatif dan R&D* (ke 2). Alfabeta.

Surjaweni, w. (2015). *SPSS untuk Penelitian*. Pustaka Baru Press.

Tengor, G., Kawet, L., & Sjendry Loindong. (2016). Pengaruh Merek, Desain Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Iphone Studi Kasus Pada Mahasiswa Stie Eben Haezar Manado. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, *16*(4), 367–375.

Terence, A. S., & Andrews, J. C. (2013). *Advertising Promotion and Other Aspects of Intergrated Marketing Communications* (9th ed.). Nelson Eduction,Ltd.

Yayan. (2019). *Pengaruh kualitas produk, harga dan lokasi terhadap keputusan pembelian di toko hepi fashions branded cikarang pusat bekasi (Studi kasus di Toko Hepi Fashions Branded Cikarang Pusat Bekasi) Oleh: Yayan(Studi kasus di Toko Hepi Fashions Branded Cikarang Pu*. 1–19. https://ecampus.pelitabangsa.ac.id/

Keller , Kevin Lane . Strategy Brand Management (Building , Measuring and managing Brand Equity ) Global Edition . Fourth Edition . United States:Pearson.2013

1. Shimp, Terence & J. Craig Andrews.2013. Advertising Promotion and Other Aspects of Integrated Marketing Communications 9th Edition. Canada:Nelson Education, Ltd.

Ghozali, I.(2016). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS* 25(8TH ed). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Miati , iis(2020). Pengaruh citra merk *(brand image)* terhadap keputusan pembelian kerudung Deenay (studi kasus pada konsumen Gea Fashion Banjar).*Jurnal Abiwara Vol. 1 No 2 .*

Ansah , A. (2017). Analisis pengaruh desain produk , motivasi konsumen , dan citra merk terhadap keputusan pembelian Fakultas Ekonomi Universitas Islam Batik Surakarta. *Jurnal nasional volume 1 no 02.*

Dewi , R. N . T . (2019). Pengaruh kualitas produk , citra merk dan celebrity endorser terhadap keputusan pembelian smartphone melalui minat beli sebagai variabel Intervening. *Ejournal Administrasi Bisnis volume 7 no 04* .

Heda , N . (2017) . Pengaruh celebrity endorser dan brand image terhadap keputusan pembelian Shampo (Studi kasus pada merk Clear) . In skripsi

Fitriyani syarifatul &Suparwi(2020). Pengaruh *product knowledge* ,*brand image* , *brand ambassador* terhadap keputusan pembelian top white coffe mahasiswa FEBI IAIN Kudus 2016-2017. *Jurnal Bisnis dan Manajemen Islamvolume 8 nomor 2 .*

Ariella , irfan rizqullah(2018). Pengaruh kualitas produk , harga produk dan desain produk terhadap keputusan pembelian konsumen Mazelinid. *Jurnal Manajemen dan Start-up volume 3 nomor 1*.*.*

Ulfami , paquita (2020). Pengaruh desain produk , keragaman produk , dan harga terhadap keputusan pembelian pada *online shop Giyomi* melalui Shopee. *Jurnal Pendidikan TataNiaga(JPTN) Volume 08 no 01 .*

Gunawan , Candra & S. Panjta Djati (2018). Pengaruh *personal selling* ,*celebrity endorser* dan *trust* terhadap keputusan pembelian produk MI1 Global (studi kasus pada PT Mione Global Indonesia’MI1). *Jurnal Ilmiah Bisnis Volume 1 no 1.*

Andrianto , Nur faiz & Endang sutrasmawati (2016). Pengaruh *celebrity endorser* dan *brand image* pada keputusan pembelian Smartphone Samsung (Studi kasus pada mahasiswa Universitas Negeri Semarang) . *Management Analysis Journal 5(2).*

Maindoka , Lifia filia *et all* . (2018).Analisis pengaruh citra merk , harga dan desain produk terhadap keputusan pembelian mobil Nissan Grand Livina pada PT. Wahana Wirawan Manado. *Jurnal EMBA Vol. 6 no 03.*