

## DAFTAR PUSTAKA

- A, Shimp, Terence .2003. Periklanan Promosi & Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu, Jilid I ( edisi 5), Jakarta :Erlangga.
- A Shimp, Terence. 2014. *Komunikasi Pemasaran Terpadu dalam periklanan dan Promosi*. Jakarta: Salemba Empat.
- Amilia, S. (2017). Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Xiaomi di Kota Langsa. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan* Vol. 6, No. 1, ISSN : 2252-844X.
- Assauri, S. (2004). *Manajemen Pemasaran : Dasar Konsep dan Strategi*. Jakarta : PT. Grafindo Persada.
- Barus, C. S., & Silalahi, D. (2021). Pengaruh Promosi Media Sosial Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Sosmed Cafe Abdullah Lubis Medan. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis (Jmb)*, 21.
- Bramantya, Y. B., & Jatra, M. (2016). Pengaruh Celebrity Endorser Danbrand Image Terhadapkeputusan Pembelian Yamaha Jupiter Mx Di Kota Denpasar. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 5(3), 1745–1771.
- Dinata, S. M., & Khasanah, I. (2022). Pengaruh Persepsi Harga, Persepsi Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Eden International Daily Food, Semarang. *Diponegoro Journal Of Management*, 11(1).
- Dzulkharnain, E. (2019). Pengaruh Persepsi Harga, Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian. *IQTISHADequity*, 1(2), ISSN: 2622-6367.
- Fandy Tjiptono. (2008). *Strategi Bisnis Pemasaran* . Andi. Yogyakarta.
- Ghozali, I. (2018) *Aplikasi Analisis Multivariat Dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- <https://compas.co.id/article/data-penjualan-ms-glow-2/> (diakses pada tanggal 27 juli 2022)
- <https://trends.google.co.id/trends/explore?q=ms%20glow&geo=ID> (diakses pada tanggal 29 juli 2022)

- <https://www.merdeka.com/sumut/instagram-adalah-media-sosial-berbasis-foto-dan-video-simak-penjelasmnya-klm.html> (diakses pada tanggal 29 juli 2022)
- Ikawati, K., Militina, T., & Achmad, G. N. (2021). The Effect of Celebrity Endorsers and Advertising Attractiveness on Brand Image and Purchase Decisions for Tokopedia Application Users in Samarinda. *Business and Accounting Research (IJEBAR) Peer Reviewed-International Journal*, 5(2).
- Indrawati, D. (2015). Pengaruh Citra Merek Dan Gaya Hidup Hedonis Terhadap Keputusan Pembelian Jilbab “Zoya.” *Jurnal Riset Ekonomi Dan Manajemen*, 15(2), 302.
- Indriyani, R., & Suri, A. (2020). Pengaruh Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Motivasi Konsumen Pada Produk Fast Fashion. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 14, 25–34.
- Kertajaya, hermawan, 2007. Positioning, differensiasi, dan Brand. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Khoiruman, M. (2015). Pengaruh Tukul Arwana Sebagai Celebrity Endorser Terhadap Brand Awareness Masyarakat. *Kelola*, Vol. 2, No. 1, ISSN : 2337-5965.
- Khotimah, K., & Nurtantiono, A. (2021). Pengaruh Produk, Persepsi Harga, Promosi Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Produk Wardah Di Solo Raya. *Creative Research Management journal*, Vol. 4, No. 1, ISSN : 2621-1092.
- Kotler dan Amstrong. (2008). *Dasar-dasar pemasaran*. Jilid Kedua. Erlangga: Jakarta.
- Kotler dan Keller, (2015), *Manajemen Pemasaran*, Jilid 1, Edisi 13, Jakarta: Erlangga
- Kumbara, V. B. (2021). *Determinasi Nilai Pelanggan Dan Keputusan Pembelian: Analisis Kualitas Produk, Desain Produk Dan Endorse*. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 2(5), 604–630.
- Kurniawan, A., & Istiyanto, B. (2021). Pengaruh Media Sosial, Harga, Kemudahan Penggunaan Terhadap Keputusan Pembelian Online. *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi Bisnis Digital, Ekonomi Kreatif, Dan Entrepreneur*, 2(1), 10–18, e-ISSN: 2774-2636.

- Larika, W., & Ekowati, S. (2020). *Pengaruh Citra Merek, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Oppo*. *Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*, 5 (3).
- Lestari, R., & Afriliani, F. (2022). The Effect of Price Perception and Product Quality on Purchase Decisions through Asus Laptop Brand Trust in Meteor PC Bekasi Store. *Budapest International Research and Critics Institute-Journal*, 5, 11938–11946.
- Magdalena, M. B. (2019). Pengaruh Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Di Toko Kaos Nias Gunungsitoli. *Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah*, Vol. 2, No. 2, e-ISSN : 2599-3410.
- Nasrullah, R. (2015). *Media sosial (perspektif komunikasi, budaya, dan sosioteknologi)*. Jakarta: Simbiosia Rekatama Media.
- Nurhayati, S. (2017). Pengaruh Citra Merek, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Samsung Di Yogyakarta. *JBMA*, IV(2), ISSN : 2252-5483.
- Nurrohman, A., & Adiwijaya, K. (2021). The Effect Of Social Media Usage, And Ewom On Purchase Decision Involvement, Brand Image, And Brand Awareness In Subsidized Housing Industry. In *International Journal of Business and Economy (IJBEC)* (Vol. 3, Issue 2).
- Puspita, Y. D., & Rahmawan, G. (2021). Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Produk Garnier. *Jurnal Sinar Manajemen*, Vol. 8, No. 2, ISSN : 2337-8743.
- Ramadhani, I., & Samofa Nadya, P. (2020). Pengaruh Celebrity Endorser dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Fesyen Muslim Hijup. *Prosiding Konferensi Nasional Ekonomi Manajemen Dan Akuntansi*, ISSN: 2776-117.
- Ratnasari, M. D., Hermani, A., Seno, D., & Listyorini, S. (2014). *Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Blackberry*. *Diponegoro Journal Of Social And Politic*, 1-6
- Ratnasari, M. D., Seno, A. H. D., & Listyorini, S. (n.d.). *Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Blackberry*. *Diponegoro Journal Of Social And Politic*, 1-6.
- Riskyady, Y. F., & Sulistyowati, R. (2021). Pengaruh Media Sosial Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Tiket Pertandingan Sepak Bola Persebaya Pada Locket.Com. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga JPTN*, Vol 9.

- Sahir, S. H., Ramadhani, A., & Taringan, E. D. S. (2016). Pengaruh Gaya Hidup, Label Halal Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah Pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area Medan. *Jurnal Konsep Bisnis dan Manajemen*, Vol.3, No.1, ISSN :2407-2648.
- Santi, R., Hutagaol, R., & Safrin, F. A. (2022). Pengaruh Celebrity Endorser Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Scarlett Whitening. *Journal of Social Research*, 1(7), 761–772.
- Savitri, N. W. (2017). Pengaruh Celebrity Endorser Dan Iklan Melalui Media Televisi Terhadap Minat Beli Pada Tokopedia Di Denpasar. *Jurnal Manajemen Unud*, 6(8), 4214–4239.
- Schiffman, Leon G. dan Kanuk, Leslie, L.2004. *Consumer Behavior Eighth Edition: International Edition*. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Schiffman., dan Kanuk. (2011). *Persepsi Kualitas, Consumer Behavior*. New Jersey: Perason Prestice Hall.
- Setyarko, Y. (2016). Analisis Persepsi Harga, Promosi,Kualitas Layanan, Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Secara Online. *Jurnal Ekonomika Dan Manajemen*, Vo. 5, No. 2, ISSN: 2252-6226.
- Simamora, Bilson. (2008). *Panduan Riset Perilaku Konsumen*. Cetakan ketiga, Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama.
- Solihin, D., & Setiawan, R. (2021). The Influence of Brand Image and Atmosphere Store on Purchase Decision for Samsung Brand Smartphone with Buying Intervention as Intervening Variables. *International Journal of Social Science and Business*, 5(2), 262–270.
- Sugianto, L. O., Ardiana, E., & Wardhani, D. P. (2022). The Effect Of Brand Image And Product Quality On Consumer Purchase Decisions. *International Journal of Economics, Business and Accounting Research (IJEBAR)*, 6(1), 55–63.
- Sugiyono. (2017). (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif. dan R&D*. Bandung: Alfabeta, CV.
- Suliyanto. (2011). *Ekonometrika Terapan : Teori & Aplikasi Dengan SPSS*. Yogyakarta: CV. Andi Offset.

- Sumiatia, M. siti. (2018). Persepsi Kualitas Produk, Persepsi Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Tas Sophie Paris pada Mahasiswa. *Andalas Management Review*, 2(2).
- Suryajaya, I., Krismi, D., & Sienatra, B. (2020). *Kualitas Produk Dan Persepsi Harga Ditinjau Dampaknya Terhadap Keputusan Pembelian Produk Wear It*. *Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*, 5(3), 176-184
- Suryajaya, I., Krismi, D., & Sienatra, B. (2020). Kualitas Produk Dan Persepsi Harga Ditinjau Dampaknya Terhadap Keputusan Pembelian Produk Wear It. *Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*. 5 (3).
- Susanti, S., & Dyatmika, S. W. (2020). Pengaruh Celebrity Endorser dan Iklan Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Produk Wardah. *Journal of Sustainability Business Research*, Vol. 1, No. 1, ISSN : 2746-8607.
- Wahyu Widyaningrum, P. (2016). Pengaruh Label Halal Dan Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian Pada Konsumen Wardah Di Ponorogo. *Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia*, VI(2), 83-98.
- Wicaksono, D., Sumarsono, H., & Santoso, A. (2019). Pengaruh Citra Merek (Brand Image), Kualitas Produk, Dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Batik Mukti. *Jurnal Ekonomi, Manajemen & Akuntansi*, 3, 81–89.
- Wulandari, N. M. R., & Nurcahya, I. K. (2015). Pengaruh Celebrity Endorser, Brand Image, Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Clear Shampoodi Kota Denpasar. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 4(11), 3909–3935.
- Wulandari, Ni Made Rahayu, & Nurcahya, I Ketut. 2015. Pengaruh Celebrity Endorser, Brand Image, Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Clear Shampoodi Kota Denpasar. *E-Jurnal Manajemen Unud*. 4 (11). ISSN : 3909-3935.