

## DAFTAR PUSTAKA

- A Shimp, T. 2014. *Komunikasi Pemasaran Terpadu Terhadap Periklanan dan Promosi*. Salemba Empat. Jakarta.
- Aini, T. M., Setyariningsih, E., & Utami, B. 2022. Pengaruh Celebrity, Endorser, Brand Image dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Handbody Scarlet (Studi Kasus Pada Pengguna Handbody Scarlett di Wilayah Mojokerto ). *Jurnal Cakrawala Ilmiah*, 1( 11) :2901-2916.
- Andriani, P., & Sumiyarsih. (n.d.). 2020. Pengaruh Brand Image, Brand Trust dan Strategi Promosi terhadap keputusan Pembelian Produk Air Minum dalam Kemasan Merek OXGNDW (OXY). *Jurnal Manajemen dan Akuntansi*, 16 (1): 35-52.
- Arikunto, S. 2010. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Rineka Cipta. Jakarta.
- Ferrinadewi, E. 2008. *Merek dan Psikologi Konsumen Implikasi pasa Strategi Pemasaran*, Edisi pertama. Graha Ilmu, Yogyakarta.
- Ghozali, I. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IMB SPSS 23*. Edisi kedelapan. Badan Penerbit Universitas Diponegoro . Semarang.
- \_\_\_\_\_. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IMB SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro . Semarang
- Inggasari, S. M., & Hartanti, R. April 22. Pengaruh Celebrity Endorser, Brand Image dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlett Whitening. 3(1):1-22.
- Jatmiko, M. R. 2021. Analisis Pengaruh Celebrity Endorser, Brand Image dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Shampoo Dove di Semarang. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis STIE Anindyaguna* 3(1):159-173.
- Kalangi, N. J., Tamengkel, L. F., dan Walangitan, O. 2019. Pengaruh Celebrity Endorser dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Shampoo Clear. *Jurnal Administrasi Bisnis*. 8(1): 44-54.
- Kotler, P., dan Armstrong, G. 2008. *Prinsip-Prinsip Pemasaran* .12<sup>th</sup> ed. Erlangga. Jakarta.
- \_\_\_\_\_. dan Keller, K. L. 2012. *Marketing Management*. 14<sup>th</sup> ed. New Jersey: Pretice Hall. Pearson Education, Inc.

- Laraswanti, N., dan Setyawati, H. A. 2022. Pengaruh Celebrity Endorser, Brand Image, Brand Trust, dan Variety of Selection Terhadap Minat Beli Body Lotion Scarlett Whitening (Studi Kabupaten Kebumen). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 4(1) 97-111.
- Marselina, D., dan Siregar, E. H. 2017. Pengaruh Celebrity Endorser Terhadap Brand Image pada Kosmetik Wardah Bogor. *Jurnal Manajemen dan Organisasi*. 8(1) :16-27.
- Martha, L., dan Maini, D. 2022. Pengaruh Celebrity Endorser, Brand Image, dan Kepercayaan Merek Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha NMAX di CV Tjaharja Baru Surantih. *Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen dan Kewirausahaan*. 2(2) : 1172-1192.
- Oktavia. S. 2021. Pengaruh Brand Image, Brand Trust, dan Service Quality Dalam Pengambilan Keputusan Pembelian di E-Commerce. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*. 10(2): 2-16.
- Sudana, I. Made dan Setianto, R. H. 2019. Metode Penelitian Bisnis dan Analisis Data dengan SPSS. Erlangga .Jakarta.
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Bisnis*. CV. Alfabet. Bandung.
- \_\_\_\_\_. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: PT. Alfabet .
- Sukma, K. A., Nurcahya, I., dan Suryani, A. 2016. Pengaruh Celebrity Endorser, Brand Image, dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pembersih Wajah Men's Biore . *E-Jurnal Manajemen Udud*, 5(7): 4016-4043.
- Tjiptono, F . 2016. *Service, Quality and Satisfaction*. Andi. Yogyakarta
- Wardani, W. 2020. Pengaruh Brand Image dan Brand Trust Terhadap Keputusan Konsumen Sepatu Converse di Kota Denpasar, Bali. 11(1): 2412-2427.