

## DAFTAR PUSTAKA

- Al-Quran dan Terjemahnya. (2022). Jakarta: Departemen Agama RI.
- Deodata, A. V. P., & Soamole, A. (2019). Brand Awareness Dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Fast Food Kentucky Fried Chicken ( KFC ) Cabang Taman Mini. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 3(2), 1–10.
- Dewi, E., Tarigan, S., Sabrina, H., & Syahputri, Y. (2020). The Influence of Lifestyle and Sales Promotion on Online Purchase Decisions for Home-Cooked Culinary during COVID-19 in Medan City, Indonesia. *International Journal of Research and Review (Ijrrjournal.Com)*, 7(10), 10.
- Fatmaningrum, S. R., Susanto, & Fadhilah, M. (2020). Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Minuman Frestea. *Jurnal Ilmiah MEA*, 4(1), 176–188.
- Firmansyah, M. . (2019). *Pemasaran Produk dan Merek (Planning & Strategi)*. CV Penerbit Qiara Media.
- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23 (VIII)*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate SPSS 25 (9th ed.)*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ginting, M., & Sembiring, H. (2018). *The Effect of Product Innovation, Product*

- Quality And City Image on Purchase Decision of Uis Karo Woven Fabric*. 46(Ebic 2017), 593–598.
- Hair, J. ., Joseph, F., Black, William, C., Babin, Barry, J., & Aderson, R. E. (2014). *Multivariate Data Analysis, Seventh Edition*. Person.
- Ismayana, S., & Hayati, N. (2018). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Lipstik Pixy. *Jurnal Sains Manajemen & Akuntansi*, VIII(2), 1–10.
- Kalangi, N. J., Tamengkel, L. F., & Walangitan, O. F. C. (2019). Pengaruh Celebrity Endorser Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Shampoo Clear. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 8(1), 44.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran*. PT Indeks.
- Lk, A. M. K., Arimbawa, I. G., & Damayanti, E. (2019). the Influence of Celebrity Endorser, Product Quality and Price on Purchase Decisions and Customer Satisfaction on Vivo Brand Smartphones in Surabaya. *Journal of World Conference (JWC)*, 1(2), 252–256.
- Maholtra, N. (2009). *Riset Pemasaran, Penerapan Terapan*.
- Nugroho, S. J. (2016). *Perilaku Konsumen Konsep dan Implikasi Untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran* (1st Editio). Prenada Media.
- Nurhasanah, Mahliza, F., Nugroho, L., & Putra, Y. M. (2021). The Effect of E-WOM, Brand Trust, and Brand Ambassador on Purchase Decisions at Tokopedia Online Shopping Site. *IOP Conference Series: Materials Science and Engineering*, 1071(1), 012017.

- Purnamasari, Y. (2017). *Pengaruh Kualitas Produk, Brand Trust, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Tiket Pesawat Lion Air Pada PT. Global Mitra Wisata Kota Bengkulu.*
- Rosiana, D. (2019). Pengaruh Celebrity Endorser, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Perpindahan Merek Produk Bedak Padat Meybeline Serta Tinjauannya Dari Sudut Pandang Islam: (Studi Pada Mahasiswi Universitas YARSI Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Tahun Angkatan 2015). *Diploma Thesis, Universitas YARSI.*
- Rosita, D., & Novitaningtyas, I. (2021). Pengaruh Celebrity Endorser dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Wardah pada Konsumen Mahasiswa. *INOBI: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia, 4(4), 494–505.*
- Rosyidin, D. M., & Prihatini, A. E. (2019). *Pengaruh E-Service Quality Dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Pada Traveloka.com (Studi Pada Konsumen Traveloka.com Kota Semarang).* *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis, 9(2), 41-49.*
- Rozalinda. (2015). *Ekonomi Islam: Teori dan Aplikasinya Pada Aktivitas Ekonomi.* Rajawali Pers.
- Shimp, T. (2010). *Periklanan Promosi Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu.* Erlangga.
- Shimp, T. (2014). *Komunikasi Pemasaran Terpadu Dalam Periklanan dan Prmosi Edisi 8.* Erlangga.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Manajemen.* Alfabeta.

- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Bisnis*. Alfabeta.
- Suharsimi, A. (2015). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik (Ed Revisi VI)*. PT Rineka Cipta.
- Tamamudin. (2012). Melalui Pendekatan Strategi Pemasaran ( Pendekatan Marketing Mix dalam Prespektif Islam ). *Jurnal Hukum Islam (JHI)*, 10(2), 261–276.
- Veithzal, R. (2012). *Islamic MArketing*. PT Gramedia Pustaka Utama.
- Wowor, C. A. S., Lumanuw, B., & Ogi, I. W. (2021). Pengaruh Citra Merek, Harga Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Kopi Janji Jiwa Di Kota Manado. *Jurnal Emba: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 9(3), 1058–1068.
- Yanuar, M., Khalik, N., & Permatasari, I. R. (2018). Pengaruh Motivasi Pembelian Dan Gaya Hidup Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Di Distro Overtoun Malang. *Jurnal Aplikasi Bisnis*, 4(2), 418–421.