

DAFTAR PUSTAKA

- Anggi, V. F., & Soesanto, H. (2016). Analisis Pengaruh Daya Tarik Iklan dan Selebrity Endorser pada Promo dan Aqua Terhadap Minat Beli AMDK Aqua Dengan Citra MMerek Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus pada Mahasiswa S1 di Jawa Tengah dan DIY). *Diponegoro Journal of Management*, 5(3), 1–14.
- Baker DMA, F. M. (2016). Cruise passengers' perceived value and willingness to recommend. *Tourism & Management Studies*, 12(1), 74–85.
- Dewi, S. N. (2017). Pengaruh Citra Merek Terhadap Minat Beli Sepatu Bata (Suatu Survey Konsumen Sepatu Bata Di Festival Citylink Bandung). *E-Journal*, Vol. 8(No. 3), Hal. 1222-1228. <http://karyailmiah.unisba.ac.id/index.php/manajemen/article/view/8349>
- Dika Ardimas Sanjaya, K., & Ardani, I. G. A. K. S. (2018). Pengaruh Brand Image Dalam Memediasi Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Niat Beli Ulang. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 7(11), 6156. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2018.v07.i11.p13>
- Fauziah, N., & Aziz Mubarak, D. A. (2019). Pengaruh Citra Merek Terhadap Minat Beli : Studi Pada Produk Kecantikan. *Image : Jurnal Riset Manajemen*, 8(1), 37–44. <https://doi.org/10.17509/image.v8i1.22686>
- Ferdinand. (2014). Metode Penelitian Manajemen. *BP Universitas Diponegoro, Semarang*.

- Garson. (2016). *Partial Least Square: Regression and Structural Equation Models. Statistical Associates.*
- Ghozali, I., & Latan, H. (2015). *Partial Least Squares, Konsep, Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program Smartpls 3.0 untuk penelitian empiris. Badan Penerbit UNDIP.*
- Halim, C. dan K. K. (2022). *PENGARUH CELEBRITY ENDORSE TERHADAP MINAT BELI MELALUI BRAND IMAGE SEPATU FUTSAL SPECS. April.*
- Haris dan Welsa. (2018). *Pengaruh Kualitas Produk dan Desain Produk dalam Meningkatkan Kepuasan dan Loyalitas Konsumen (Studi Kasus Baju Dagadu Yogyakarta). 2(2).*
- Ismayanti dan Santika. (2017). *Pengaruh Celebrity Endorser, Brand Image, Kualiras Produk Terhadap Niat Beli Sepatu Olahraga Nike Di Kota Denpasar. E-Journal Manajemen Unud, 6(10), 5720–5747.*
- Jatmika, M. A. S. (2017). *Pengaruh Harga dan Celebrity Endorser Cristiano Ronaldo Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Sepakbola Nike di Planet Sport Tunjungan Plaza Surabaya. Jurnal Ilmu Manajemen (JIM), 5(1), 1–8.*
- Kertamukti, R. (2015). *Strategi Kreatif Dalam Periklanan Konsep Pesan Media, Branding, Anggaran. Jakarta : Raja Grafindo Persada.*

- Kotler, P. (2013). Manajemen Pemasaran Jilid 2. In *Penerbit Erlangga*.
- Latan dan Ghozali. (2014). Partial Least Square: Konsep, Metode, dan Aplikasi Menggunakan WarPLS 4.0, Edisi 2. *Badan Penerbit UNDIP*.
- Latan dan Ghozali. (2017). Partial Least Squares: Konsep, Metode dan Aplikasi. *Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro*.
- Lestari, S., & Asdinardju, A. (2015). Pengaruh Penggunaan Selebriti Dalam Iklan Terhadap Minat Beli Konsumen Dengan Citra Merek Sebagai Variabel Mediasi (Studi Kasus Iklan Shampo Pantene Versi Ralin Shah). *Jurnal Manajemen Bisnis*, 6(1), 327–350.
- Lupiyoadi, R. (2014). Manajemen Pemasaran Jasa. *Edisi III. Salemba Empat, Jakarta*.
- Nur, K., & Rahmidani, R. (2020). Pengaruh Celebrity Endorser dan Iklan Vidio terhadap Brand Image Produk Pembersih Wajah Garnier pada Mahasiswi Universitas Negeri Padang. *Jurnal Ecogen*, 3(2), 319. <https://doi.org/10.24036/jmpe.v3i2.8958>
- Retnowulan, J. (2017). Pengaruh Kualitas Produk dan Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Smartphone Xiaomi. *Jurnal Humaniora Universitas Bina Sarana Informatika*, 17(2), 139–145.
- Sari, E. S. (2021). Pengaruh Persepsi Harga Dan Kekuatan Celebrity Endorser Terhadap Niat Beli Secara Online Saat Pandemi Covid-19 Dalam Perspektif Ekonomi Islam. In *Repository UIN Raden Intan Lampung*.

<http://repository.radenintan.ac.id/17160/1/SKRIPSI 1-2.pdf>

- Satria, D. A., & Sidharta, H. (2017). Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk terhadap Minat Beli Konsumen Dispresso Coffe Shop Bandung. *Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 2(3), 398–408. <https://journal.uc.ac.id/index.php/performa/article/view/562>
- Sciffman dan Kanuk. (2013). Perilaku Konsumen. In *Jakarta: PT. Indeks* (7th ed.).
- Shimp, A. T. (2014). Komunikasi Pemasaran Terpadu dalam Periklanan dan Promosi. *Jakarta: Salemba Empat*.
- Sholihin. (2013). *Analisis SEM-PLS dengan Warp-PLS 3.0 ANDI*.
- Situmorang, I., Jushermi, J., & Marhadi, M. (2017). Pengaruh Kualitas Produk dan Iklan terhadap Citra Merek dan Keputusan Pembelian Produk Kecantikan Merek Pond's pada Remaja di Kota Pekanbaru. *Jurnal Online Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Riau*, 4(1), 72–86.
- Solimun. (2002). Multivariate Analysis Structural Equation Modeling (SEM) Lisrel dan Amos. *Fakultas MIPA: Universitas Brawijaya*.
- Sugiarto dkk. (2014). Analia Pengaruh Produk, Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Store Atmosphere Terhadap Minat Beli Di Dream Of Khayangan Art Resto Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*, 2, 1–14.
- Sugiyono. (2011). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D. *Alfabeta, Bandung*.

- Sugiyono. (2013a). Metode Penelitian Bisnis. *Alfabeta*.
- Sugiyono. (2013b). Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D). *Bandung : ALFABETA*.
- Sugiyono. (2014). Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. *Bandung : ALFABETA*.
- Sugiyono. (2016). Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan Kombinasi (Mixed. Methods). *Bandung : ALFABETA*.
- Sugiyono. (2017). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. *Alfabeta*.
- Sugiyono. (2018). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif. *Alfabeta*.
- Suyanto. (2007). Marketing Strategy top brand Indonesia. *Edisi Kesatu. Yogyakarta: Andi*.
- topbrandaward.com. (2022). *SEPATU LARI ATAU OLAHRAGA*. Topbrandaward.Com.
https://www.topbrand-award.com/top-brand-index/?tbi_find=nike
- Wijaya, S. N. C. (2020). Pengaruh celebrity endorsement terhadap keputusan pembelian melalui brand image pada produk sportswear merek Under Armour. *Agora*, 8(2).
- Zhang. (2015). The impact of brand image on customer behavior: a literature reveiw. *Journal of Business and Managament*. <https://doi.org/10.4236/ojbm.2015.31006>