

DAFTAR PUSTAKA

- Al-Qur'an dan Terjemahannya*. 2021. Jakarta: Departemen Agama Republik Indonesia.
- Adam & Hussein, 2017. "Impact of Celebrity Endorsement On Consumers Buying Behavior". *British Journal of Marketing Studies*.
- Adriana, N. C., & Ngatno, N. 2020. Pengaruh *Brand Image* Dan *Brand Trust* Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Konsumen Sariayu Martha Tilaar Di Kota Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*,
- Afrini, A. 2016. Analisis *Relasional Celebrity Endorser, Brand Image, Kepercayaan Konsumen Dengan Alasan Pembelian Kosmetik* Korea Universitas Sanata Dharma, Yogyakarta.
- Alma, Buchari. 2018, Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. Bandung: Alfabeta.
- Andrew, M. 2019. E-Service Quality and Brand Image on Buying Interest. *Jurnal Sekretaris dan Administrasi Bisnis*,
- Andryanto, R. 2016. Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Manfaat, Dan Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Beli Di Toko Online Studi Empiris yang dilakukan pada OLX.co.id di Yogyakarta.
- Arianty, N. 2016. Pengaruh Promosi dan Merek Terhadap Keputusan Pembelian. Kumpulan Jurnal Dosen UMSU.
- Arifin, Mahmudi bin Syamsul. 2018. Endorsement dalam Perspektif Islam. Surabaya: Universitas Islam Negeri Sunan Ampel.
- Asdiansyuri, U. 2020. Analisis Pengaruh Religiusitas, Etika Bisnis Islam Terhadap Minat Beli Online Mahasiswa (Studi Kasus Pada Stie Amm Mataram).
- Audrey, A. N., & Usman, O. 2021. Influence Celebrity Endorser, Brand Image, and Brand Trust on Emina's Cosmetics Product Purchase Decisions. *Brand Image, and Brand Trust on Emina's Cosmetics Product Purchase Decisions*.
- Bahri, Syamsul. 2014. Model Penelitian Kuantitatif Berbasis Sem-Amos. Deepublish, Yogyakarta.
- Daulay, N. 2017. *Pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian (studi kasus pada ayam penyat surabaya jl. dr.*

- Mansyur Medan*) (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara).
- Dewa, C. B. 2018. Pengaruh celebrity endorser terhadap keputusan pembelian wisatawan Yogyakarta pada produk oleh-oleh Jogja Scrummy. *Jurnal Manajemen*.
- Faradilla Pratiwi. 2019. Pengaruh Gaya Hidup Dan Atribut Produt Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli Serta Ditinjau Dari Sudut Pandang Islam. *Jurnal Bisnis Manajemen*. Universitas Lampung
- Febriani, N. S., & Dewi, W. W. A. 2018. Teori dan Praktis: Riset Komunikasi Pemasaran Terpadu. Malang: UB Press.
- Febriyanti, R. S., & Wahyuati, A. 2016. Pengaruh Celebrity Endorser dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)*.
- Fildzah, N. A., & Sari, D. 2017. Pengaruh Celebrity Endorser Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sweater Online Shop Alco Di Media Sosial Instagram. *Jurnal Ekonomi, Bisnis & Entrepreneurship*.
- Fitriah, M. 2018. Komunikasi Pemasaran melalui Desain Visual. Yogyakarta: CV Budi Utama.
- Hakim, L. 2016. Prinsip-prinsip ekonomi islam. *Jakarta: Erlangga*.
- Hennayake, H. M. G.Y. J. 2017. Effectiveness of Celebrity Endorsement: A Review on Related Concepts and Empirical Applicatioins. *International Journal od Scientific & Engineering Research*, Vol. 8 No. 7.
- Huda, Nurul. 2020. "Pengaruh brand image terhadap keputusan pembelian motor scuter matic Yamaha di Makassar." *Jurnal Asy-Syarikah: Jurnal Lembaga Keuangan, Ekonomi dan Bisnis Islam*.
- Kamilah, G., & Wahyuati, A. 2017. Pengaruh Labelisasi Halal dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)*.
- Khan & Lodhi, 2016. "Influence Of Celebrity Endorserment On Consumer Purchase Decision : A Case Of Karachi". *Imperial Journal of Interdisciplinary Research (IJIR)*.
- Kotler, Philip & Keller, Kevin Lane. 2016. *Marketing Management 15th Global Edition*. Pearson Education Limited: London.

- Kristanto, O. D., Indraningrat, K., & Prasetyaningtiyas, S. 2017. Pengaruh Viral Marketing, Celebrity Endorser Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Di Distro Rmbl. *BISMA: Jurnal Bisnis dan Manajemen*.
- Kusnadi, M. V. M. 2017. *Pandangan Ekonomi Islam terhadap Minat Beli Melalui Sistem Online Shop (Studi Mahasiswa Fakultas Ekonomidan Bisnis Islam UIN Alauddin Makassar)* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar).
- Lailiyah, Nita Ilmiyatul. 2018. Pengaruh Kualitas Produk Dan Iklan Terhadap Citra Merek Teh Pucuk Harum (Studi Pada Mahasiswa Konsumen Teh Pucuk Harum Di Universitas Muhammadiyah Malang). Skripsi. Universitas Muhammadiyah. Malang.
- Latan, Hengky dan Ghozali. 2017. *Partial Least Squares: Konsep, Metode dan Aplikasi*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Lailatan Nugroho, B.I. 2017. Analisis Pengaruh Brand image, Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Mobil (Studi Kasus Mobil LCGC di Surakarta). Eksis: Jurnal Riset Ekonomi Dan Bisnis.
- Malau, Harman. 2017. Manajemen Pemasaran. Bandung: CV Alfabeta
- Muharto dan Arisandy Ambarita. 2016. Metode Penelitian Sistem Informasi: Mengatasi Kesulitan Mahasiswa dalam Menyusun Proposal Penelitian. Sleman: Deepublish Publisher
- Negara, A.A. Ngurah Dianta Esa dkk. 2018. Pengaruh Kualitas Produk dan Brand Image Terhadap Minat Beli (Survei pada Pembeli di Gerai Starbucks di Kota Surabaya). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, Volume 61. No. 2.
- Ningsih., D. P. 2019. Analisis Dampak Celebrity Endorser Dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Produk Wardah Instaperfect (Studi Pada Mahasiswa Surabaya). *Jurnal Universitas Negri Surabaya*.
- Nuraini, A. 2016. Pengaruh celebrity endorser dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian melalui citra merek pada kosmetik wardah di kota semarang (Doctoral dissertation, Universitas Negeri Semarang).
- Nuryati, S., & Arfani, S. 2020. The Effect of Celebrity Endorsement and Brand Image on Purchase Decisions on Elzatta Hijab for Students in Jakarta. *Journal of Research in Business, Economics, and Education*.
- Penitasari, N. 2017. Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Abon Lele. *Management Marketing*.

- Priansa, D. 2017. *Perilaku Konsumen Dalam Persaingan Bisnis kontemporer*. Bandung: Alfabeta.
- Sahputra, R. P. A., & Budiarti, A. 2017. Pengaruh Celebrity Endorser Dan Promotion Yang Dimediasi Minat Beli Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)*.
- Schouten, A. P., Janssen, L., & Verspaget, M. 2020. Celebrity vs. influencer endorsements in advertising: the role of identification, credibility, and product-endorser fit. *International Journal of Advertising*.
- Septiawan, D. B., Harini, C., & Hasiholan, L. B. 2020. The Effect Of Instagram And Celebrity Endorser Advertising On Purchase Decisions With Buying Interest As Variable Intervening “(Study At Radio Store Semarang)”. *Journal Of Management*.
- Sintani, Laurencia. 2016. Pengaruh Penggunaan Celebrity endorser Isyana Sarasvati Dalam Iklan “Isyana vs Gangster” Terhadap Brand awareness Masyarakat Surabaya. *Jurnal E-Komunikasi*.
- Solimun, Fernandes, A. A. R., & Nurjannah. 2017. *Metode Statistika Multivariat Pemodelan Persamaan Struktural (SEM) Pendekatan WarpPLS*. Malang: UB Press.
- Sudaryono. 2016. *Manajemen Pemasaran Teori & Implementasi*, Edisi 1. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Sudirman. 2019. ‘The Effect Of Branding, Product Quality, And Reference Group On Purchasing Decisions Through Promotions As Intervention Variables (Case Study Of Samsung Customer At Meteor Cell Store Malang)’, *Jurnal Magister Manajemen*.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta
- Sukma, K. A. D. S. K., Nurcahya, I. K., & Suryani, A. 2016. *Pengaruh Celebrity Endorser, Brand Image dan Kepercayaan terhadap Keputusan Pembelian Produk Pembersih Wajah Men's Biore* (Doctoral dissertation, Udayana University).
- Supriyadi, Fristin, Indra, 2016. *Pengaruh Kualitas Produk Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian*, Universitas Merdeka Malang.
- Sutrasmawati, R. E. 2016. Pengaruh brand awareness dan brand image terhadap keputusan pembelian. *Management Analysis Journal*.

- Tjiptono, F., & Chandra, G. 2016. *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta: ANDI.
- Veronika. 2016. *Pengaruh Iklan dan Brand Image terhadap Minat Beli Konsumen, dengan Minta Beli sebagai Variabel Mediasi*. Skripsi. Yogyakarta : Universitas Sanata Dharma.
- Wahyono, & Shahnaz, N. F. 2016. *Faktor yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen di Toko Online*. *Management Analysis Journal*.
- Wibowo, S. F., Sari, E. P., & Saidani, B. 2017. *The Effect Of Trust And Brand Image On Purchase Decision (Toyota Car Survey In Jakarta Region)*. *JRMSI-Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*.
- Widyaningrum, P. W. 2017. *Pengaruh label halal dan celebrity endorser terhadap keputusan pembelian (Survei pada konsumen Wardah di Ponorogo)*. *JESI (Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia)*.
- Wiranti, W. 2016. *Pengaruh Keterampilan Terhadap Produktivitas Kerja Karyawan Pada Konveksi Istana Mode Madiun*. *EQUILIBRIUM: Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Pembelajarannya*.
- Yuliana, V. 2020. *Pengaruh Brand Image Dan Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian Produk Nature Republic (Study Pada Mahasiswa Iain Kudus Program Studi Manajemen Bisnis Syariah)* (Doctoral Dissertation, Iain Kudus).
- Yulinar, M. 2020. *Hubungan Antara Celebrity Endorser Di Instagram Dengan Minat Beli Fashion Online Di Politeknik Negeri Pariwisata Palembang (Studi Pada Followers Vira Nada Wulandari)* (Doctoral Dissertation, Uin Raden Fatah Palembang).

<https://cekbpom.pom.go.id/>

<https://dalamislam.com>

www.loreal.co.id

tafsirweb.com

<http://www.topbrand-award.com/>