

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Majid. (n.d.). Glad2Glow Milik Siapa? Ternyata Ini Sosoknya Bukan Orang Sembarangan. <https://pedomantangerang.pikiran-rakyat.com/nasional/pr-078648675/glad2glow-milik-siapa-ternyata-ini-sosoknya-bukan-orang-sembarangan?page=all> Diakses pada 7 desember 2024.
- Assauri, S (2018). *Manajemen Pemasaran (Dasar, Konsep & Strategi)*, Depok: PT. Raja Grafindo Persada.
- Cesariana, C., Juliansyah, F., & Fitriyani, R. (2022). *MODEL KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI KEPUASAN KONSUMEN PADA MARKETPLACE : KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN (LITERATURE REVIEW MANAJEMEN PEMASARAN)*. 3(1), 211–224.
- Dhita, A.R , Alfero, Cindy.L , Niwita. D, F. P. (2016). Pengaruh kompetensi, komunikasi dan stres kerja terhadap kinerja karyawan pada pt himawan putra. *Jurnal Warta Edisi 63*.
- Farhanah, A & Marzuqi, A. M. (2021). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Herbal Beauty di Kabupaten Sukoharjo. *Academia: Jurnal Ilmu Sosial Humaniora*, 3(2), 107–123. <https://doi.org/10.54622/academia.v3i2.60>
- Frimpong, (2019). The Impact of Celebrity Endorsement on Consumer Purchase Intention: An Emerging Market Perspective. *Journal of Marketing Theory and Practice*, 103-121.

Herawati. (2016). *Pengaruh Strategi Promosi dan Kualitas Produk Terhadap keputusan pembelian sepeda motor Honda Beat matic*. Skripsi, Medan, Fakultas Ekonomi Universitas.

https://www.kompas.id/baca/adv_post/berbahan-aktif-dan-alami-dengan-harga-terjangkau-glad2glow-diterima-secara-luas Diakses Pada 7 Desember 2024

Kotler, P. dan Keller, K. L. (2016). *Marketing Management. 15th ed.*. Jakarta. PT. Indeks

Laurencitia, S. (2014). Pengaruh Penggunaan Celebrity Endorser Isyana Sarasvati dalam Iklan “Isyana vs Gangster” Terhadap Brand Awareness Masyarakat Surabaya. *Jurnal E-Komunikasi*, 4(1), 2–10.

Majeed, S., & Razzak, S. (2011). The impact of television advertisement repetition, celebrity endorsement and perceived quality on consumer purchase decision. *Australian Journal of Basic and Applied Sciences*, 5(12), 3044–3051.

Mirza, D.D & Sri, S. I. . (2021). Pengaruh celebrity endorsement dan citra merek terhadap niat beli kopi caffino melalui sikap terhadap merek. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 9, 373–385.

Muhammad, A. & Sufitri, M. (2020). Pengaruh country origin, brand image dan kualitas layanan terhadap keputusan pembelian makanan di apk grab. *Jurnal Seminar of Social Sciences Engineering & Humaniora*, 4(1), 19–28.

Nurhadi. (2014). Manajemen strategi pemasaran bauran (marketing mix) perspektif ekonomi syariah. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 6(2), 141–157.

Oktavenia, K. A. R., & Ardani, I. G. A. K. S. (2018). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Nokia Dengan Citra Merek Sebagai Pemediasi. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 8(3), 1374. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2019.v08.i03.p08>.

Parengkuan, V., Tumbel, A., & Wenas, R. (2018). Analisis Pengaruh Brand Image dan Celebrity Endorsment Terhadap Keputusan Pembelian Produk Shampoo Head and Shoulders di 24 Mart Manado. *Jurnal EMBA*, 2(3), 1792–1802.

Putra, P. Y., & Ningrum, S. (2019). The Influence of Celebrity Endorser, Brand Image, and Brand Trust on Consumer Purchasing Decisions of Nike Brand Sport Shoes In Surabaya. *Journal of World Conference (JWC)*, 1(1), 208–218. <https://doi.org/10.29138/prd.v1i1.61>

Riyono,G (2016). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Air Minum Dalam Kemasan (Amdk) Merek Aqua (Studi Pada Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Universitas Riau). *Jurnal STIE Semarang*, 8(2), 1–12.

Ridwan, H & Adi, R. . (2019). Pengaruh gaya kepemimpinan terhadap kinerja pegawai pada unit pelaksana teknis daerah pusat kesehatan masyarakat, *Journal Of Inovation Research and Knowledge* 2(8), 3085-3094.

Riky, R.T Ari , D. Erika, F. B. (2022). Pengaruh Financial Literacy dan Financial Behavior terhadap perilaku konsumtif. *Journal Economic Education, Business And Accounting*, 1(1), 49–54.

Roza, U., Wirmi, E. & Rita, F. (2020). PENGARUH PARTISIPASI

PENYUSUNAN ANGGARAN, GAYA KEPEMIMPINAN DAN MOTIVASI TERHADAP KINERJA MANAJERIAL (STUDI KASUS PADA KANTOR WILAYAH KEMENTERIAN AGAMA PROVINSI JAMBI). *Jurnal Akuntansi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis*, 7–7.

Rusmana, S.R & Feby, A. . (2022). Pengaruh Celebrity Endorser dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Scarlett Whitening. *Journal of Social Research*, 1(7), 761–772. <https://doi.org/10.55324/josr.v1i7.147>

Ryan, N & Edwin, J. . (2013). Pengaruh People , Physical Evidence , Product , Promotion , Coffee Cozies Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*, 1(2) : 1–9. *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*, 1(2), 1–9.

Sahal, F. S dan Wahyu, H. (2012). Pengaruh kualitas produk, promosi dan harga terhadap keputusan pembelian. *Jurnal Bisnis, Manajemen*, 11(1), 1–7.

Sari, I. N., & Manurung, H. P. (2020). Pengaruh Celebrity Endorser, Brand Image, Dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Produk Handphone Samsung Di Kabupaten Asahan (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Asahan). *Jurnal Manajemen, Ekonomi Sains*, 1(2).

Shintya, N. Ari, A. Kusuma, A. (2014). PENGARUH CITRA MEREK DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Survei pada pengguna sepeda motor Honda Beat di Kota Tasikmalaya). *Jurnal Ekonomi, Manajemen Pariwisata Dan Perhotelan*, 1(3), 296–302. <https://doi.org/10.55606/jempper.v1i3.611>

Sihabudin, (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Diverifikasi. *Jurnal Ilmiah*

MEA, 4(3), 1543–1555.

Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, Bandung, CV. Alfa Beta.

Sunyoto, D. (2012). *Manajemen sumber daya manusia*. Yogyakarta: Caps.

Tjiptono, F. (2017) *Manajemen Pemasaran PT Indeks Kelompok Gramedia*, Jakarta.

Usman, B (2015). Pengaruh produk, harga dan lokasi terhadap keputusan pembelian pada toko multi kharisma Palembang. *Jurnal Media Wahana Ekonomika*, 14(3), 38-54.

Vera, A (2016). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 5(7), 1–18.

Witjaksari, F. T. (2019). Pengaruh Celebrity Endorser dan Iklan Pada Media Sosial Instagram terhadap Minat Beli Produk Perawatan Wajah. *Jurnal Riset Manajemen*, 11(1), 1–14.

Zahra, R.R & Rina, N. (2018). Pengaruh Celebrity endorser Hamidah Rachmayanti terhadap keputusan produk Online Shop Mayoutfit di Kota Bandung. *Ilmu Komunikasi*, 6(1), 43–57.