

DAFTAR PUSTAKA

- Adwijaja, Adrian. J, dan Tarigan, Zeplin H. 2017. Pengaruh Brand Image dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Converse. AGORA Vol. 5, No : 3
- Arief, Mirza, dkk .2017.Pengaruh Kepercayaan dan Komitmen Merek Terhadap Loyalitas Merek (Survei pada Warga Penanggunggun Konsumen produk Aqua di Kota Malang). Jurnal Administrasi Bisnis (JAB) Vol. 44 No.1
- Augusty Ferdinand.2006.Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian untuk Skripsi, Tesis dan Disertasi Ilmu Manajemen, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Cholifah, Nike dkk. 2016. Pengaruh Celebrity Endorser Terhadap Brand Image. Jurnal Administrasi Bisnis (JAB) univertstias Brawijaya, Vol. 36 No. 1
- Febrian, Angga dan Fadly, Muhtad. 2021. *Brand Trust As Celebrity Endorser Marketing Moderator's Role*. JAM Volume 19 Number 1
- Febriani, Reni dkk. 2020. Analisis Pengaruh *Celebrity Endorser/Brand Ambassador*, Harga dan Desain Produk Yang Dimediasi Oleh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Di Online Shop Shopee. Jurnal Pendidikan Akuntansi dan Keuangan Universitas Banten Jaya Vol 3 No. 1
- Ibrahim, Andi, dkk.2018.Metodelogi Penelitian.Makassar: Gunadarma Ilmu
- Jacob, Aprila A dkk. 2018. Pengaruh Daya Tarik Iklan Dan Citra Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Chitato Chips Pada Mahasiswa FEB UNSRAT. Jurnal EMBA Vol.6 No.2
- Kotler, Philip and Keller, Kevin Lane, 2016. *Marketing Management*, 15th Edition, Pearson Education,Inc.
- Kotler, & Amstrong. 2008. Prinsip-prinsip Pemasaran. Jakarta:Erlangga
- Kurniawan, Fransisca J dan Kunto, Yohanes S. 2014. Analisa Pengaruh *Visibility, Credibility, Attraction Dan Power Celebrity Endorser* Terhadap *Brand Image* Bedak Marcks Venus. Jurnal Manajemen Pemasaran PETRA Vol. 2, No 1
- Lukitaningsih, Ambar. 2013. Iklan Yang Efektif Sebagai Strategi Komunikasi Pemasaran. Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan Vol. 13, No. 2
- Nilamadi dkk. 2021. Hubungan Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian Pada Shopee dan Tokopedia. Jurnal Bisnis dan Kajian Strategi Manajemen UNS Volume 5, Nomor 1.

- Ratnasari, Aprilia D. 2016. Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Lokasi dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian di Djawi LanbistroCoffee And Resto Surabaya. Jurnal Unesa, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Surabaya
- Riduwan. 2010. Skala Pengukuran Variabel-variabel Penelitian. Bandung: Alfabeta.
- Sanditya, Rizka.2019. Hubungan *Celebrity Endorser* Dengan Keputusan Pembelian Produk Pakaian Pada Konsumen Secara Online di Media Sosial Instagram. Psikoborneo, Vol 7, No 1
- Sari, Wahyu Yuli TB, dkk. 2010. Pengaruh Kepercayaan Merek Terhadap Loyalitas Merek (Studi pada Mahasiswa SI Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Tahun 2009/2010 Pengguna Handphone Nokia). Jurnal Fakultas Ilmu Administrasi Universtas Brawijaya.
- Shaw, Mark.2012. *Copywriting : successful writing for design, advertising, and marketing*.London: Laurance King Publishing
- Shimp, Terence. A, and Craig, Andrews. J. 2018. *Advertising, promotion and other spectrs of integrated marketing communications*. USA:Cengange Learning
- Sidarta, Hardi, dkk. 2019. Pengaruh *Brand Trust* dan *Brand Equity* Terhadap Loyalitas Pelanggan Tri di 3 Store Denpasar. Jurnal STIE Bali International Institute Of Tourism Management, Vol.2 No 1
- Soesatyo , Natalia & Rumambi, Leonid Julivan. 2013. Analisa *credibility celebrity endorser* model : sikap *audience* terhadap iklan dan merek sertapengaruhnya pada minat beli“ top coffee”. Jurnal manajemen pemasaran, Vol.1 No.2
- Subaidah, Paranita 2020 ANALISIS *BRAND TRUST* DAN *BRAND AFFECT* TERHADAP *BRAND LOYALTY* PADA IPHONE. Skripsi thesis, IIB DARMAJAYA
- Sugiyono.2013.Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D.Bandung:Alfabeta
- Sugiyono.2006.Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D.Bandung:Alfabeta.
- Suhardi, Dadang dan Irmayanti, Rika. 2019. Pengaruh *Celebrity Endorser* , citra merek, dan Kepercayaan Merek Terhadap Minat Beli Konsumen. Jurnal Bisnis dan Manajemen Universitas Kuningan, Vol 3 No 1

Shihab, M, S., dan Sukendar, A. 2009. Pengaruh Brand Trust dan Brand Equity Terhadap Loyalitas Konsumen Studi Kasus Produk Tes Widal Merek. Jurnal Muchsin Saggaff Shihab dan Ananto Sukendar.

Wihayati, Welly. 2017. Marketing Celebrities Sebagai Strategi dalam Iklan. Jurnal Signal Unswagati, Vol 5, No 2

<https://instagram.com/erigostore?lang=eng>

erigostore.co.id

<https://hits.zigi.id/profil-dan-biodata-arief-muhammad-pocong-umur-hingga-bisnis-2269>