

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, M. Ma'ruf, *Manajemen Bisnis Syariah*. Yogyakarta: Aswaja Pressindo, 2014.
- Abdullah, *Manajemen Bisnis Syariah*. Yogyakarta: Aswaja Pressindo, 2014.
- Abdurrahman, Nana Herdiana, *Manajemen Bisnis Syariah & Kewirausahaan*. Bandung: CV. Pustaka Setia, 2013.
- Alma, Buchari dan Donni Juni Priansa, *Manajemen Bisnis Syariah*. Bandung: CV. Alfabeta, 2014.
- Amilia, Suri dan M. Oloan Asmara Nst, "Pengaruh Citra Merek, Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Xiaomi di Kota Langsa", *Jurnal Manajemen dan Keuangan* 6, no. 1 (2017).
- Anggraeni, Maya dan Asnawati, "Pengaruh *Celebrity Endorsement* terhadap *Purchase Intention* dengan *Brand Image* sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Iklan Produk Perawatan Kecantikan Wardah)", *Prosiding Seminar Nasional Manajemen dan Ekonomi Bisnis* 1, no. 1 (2017).
- Arikunto, Suharsimi *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta, 2010.
- Dharmmesta, Basu Swastha dan T. Hani Handoko, *Manajemen Pemasaran Analisis Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: BPF, 2016.
- Fatimah, Neneng, dkk, "Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Kopi Liberika dalam Perspektif Islam pada Gerai UMKM Mekar Jaya", *Al-Mizan : Jurnal Ekonomi Syariah* 3, edisi 2 (2020).
- Ferdinand, Augusty, *Metode Penelitian Manajemen*. Semarang: BPF Universitas Diponegoro, 2016.
- Firmansyah, M. Anang, *Komunikasi Pemasaran*. Pasuruan: CV. Penerbit Qiara Media, 2019.
- Friani Gloria Igir, dkk, "Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Daihatsu Grand Max Pick Up (Studi pada PT. Astra International Tbk Daihatsu Cabang Malalayang)", *Jurnal Administrasi Bisnis* 6, no. 2 (2018).
- Ghozali, Imam, *Aplikasi Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: BP Undip, 2015.
- Husein, *Metode Riset Perilaku Konsumen Jasa*. Jakarta: Ghalia Indonesia, 2013.

- Johanzzon, Martin dan Omer Bozan, "How Does Celebrity Endorsement Affect Consumers' Perception on Brand Image and Purchase Intention?", *Degree Project* 1, no. 2 (2017).
- Juliana, dkk, "Pengaruh *Celebrity Endorser* dan *Brand Image* terhadap *Purchase Intention* Produk Kosmetik Etude House pada Mahasiswi Sekolah Tinggi Pariwisata Pelita Harapan Karawaci", *Jurnal Ilmiah Skylandsea* 2, no. 2 (2018).
- Kartajaya, Hermawan dan Muhammad Syakir Sula, *Syariah Marketing*. Bandung: PT. Mizan Pustaka, 2013.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran Edisi 12 Jilid 1*. Jakarta: Penerbit Erlangga, 2014.
- Kotler, Philip, *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT. Indeks, 2014.
- Kwandy, Cindy Pink, "Effect of Brand Image and Price Towards Purchase Intention in Beef-Jerky Company", *Review of Management and Entrepreneurship* 01, no. 01 (2017).
- Megayani dan Ellen Marlina, "Pengaruh Celebrity Endorsement Terhadap Purchase Intention Melalui Brand Image Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus pada Geprek Ayam Benu di Rawamangun Periode 2018)", *Jurnal Akuntansi dan Manajemen* 16, no. 01 (2019).
- Pangastuti, Jasinta, dkk, "Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah pada Counter Wardah di Borobudur Kediri", *JIMEK* 2, no. 1 (2019).
- Priansa, Donni Juni, *Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Bandung: Alfabeta, 2017.
- Priansa, Donni Juni, *Perilaku Konsumen dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*. Bandung: Alfabeta, 2017.
- Prilano, Kelvin, dkk, "Pengaruh Harga, Keamanan dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Toko Online Lazada", *Journal of Business and Economics Research (JBE)* 1, no. 1 (2020).
- Priyatno, Duwi, *Paham Analisa Statistik Data dengan SPSS*. Yogyakarta: Media Kom, 2010.
- Rahmawati, *Manajemen Pemasaran*. Samarinda: Mulawarman University PressI, 2016.
- Roshan dan Sudiksa, "Peran *Brand Image* Memediasi Pengaruh *Celebrity Endorser* Terhadap *Purchase Intention*", *E-Jurnal Manajemen* 8, no. 8 (2019).
- Roshan, Putu Agung Aprilia dan Ida Bagus Sudiksa, "Peran *Brand Image* Memediasi Pengaruh *Celebrity Endorser* Terhadap *Purchase Intention*", *E-Jurnal Manajemen* 8, no. 8 (2019).
- Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta, 2016.

- Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2017.
- Sugiyono, *Metode Riset Bisnis*. Bandung: Alfabeta, 2018.
- Sugiyono, *Statistik untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta, 2015.
- Suharyono, “Perilaku Konsumen dalam Perspektif Ekonomi Islam”, *AL-INTAJ* 4, no. 2 (2018).
- Sumarwan, Ujang, *Perilaku Konsumen: Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Bogor: Ghalia Indonesia, 2014.
- Sunardi, *Bisnis Pengantar: Konsep, Strategi dan Kasus*. Yogyakarta: Penerbit CAPS, 2022.
- Sunyoto, Danang, *Perilaku Konsumen (Panduan Riset Sederhana Untuk Mengenal Konsumen)*. Yogyakarta: Penerbit CAPS, 2017.
- Tim penulis naskah Al-Qur’an, *Al-Qur’an dan Terjemahannya*. Kudus: Mubarakatan Thoyibah, 2018.
- Tjiptono, Fandy *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: ANDI, 2012.
- Umar, Husein, *Metode Riset Bisnis*. Jakarta: Ghalia Indonesia, 2013.
- Utami, Laveinia Septa Dwi dan Ponirin, “Pengaruh *Celebrity Endorsement* dan *Brand Image* terhadap *Purchase Intention* Lipstik Sariayu”, *Jurnal Ilmu Manajemen Universitas Tadulako* 6, no. 3 (2020).
- Wijayasari, Nilla dan Mahfudz, “Pengaruh Brand Image, Kualitas, Persepsi Harga dan Variasi Produk terhadap Minat Beli Konsumen Sarung Gajah Duduk di Kabupaten Pekalongan”, *Diponegoro Journal of Management* 7, no. 2 (2018).
- Zainal, Veithzal Rivai, dkk, *Islamic Marketing Management: Mengembangkan Bisnis dengan Hijrah ke Pemasaran Islami Mengikuti Praktik Rasulullah SAW*. Jakarta: Bumi Aksara, 2017.
- Zainuddin, Didi, “Pengaruh Kualitas Produk dan Brand Image terhadap Minat Beli Motor Matik”, *Sosio e-kons* 10, no. 3 (2018): 224.