

DAFTAR PUSTAKA

- Author. *Kementerian Perindustrian Republik Indonesia*. “Siaran Pers”
<https://kemenperin.go.id/artikel/21118/Industri-Minuman-Tumbuh-Lampau-22,-Kinerjanya-Terus-Dipacu-lewat-Inovasi> (Diakses pada 2 Juni 2021)
- Andrianto, Nur Faiz dan Endang Sutrasmawati (2016). Pengaruh Celebrity Endorser dan Brand Image pada Proses Keputusan Pembelian. *Management Analysis Journal*, 5(2), 104-109.
- Annissa, Adinda Nur dan Eristia Lidia Paramita (2021). *Brand Promotion: The Effects of Celebrity Endorsement and Brand Image on Consumer Buying Decision*. *Jurnal Bisnis Manajemen*, 8(1), 82-90.
- Aqmarina dkk (2016). Pengaruh *Celebrity Endorser* Terhadap Citra Merek Serta Dampaknya Pada Keputusan Pembelian (Survei pada mahasiswi Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Angkatan 2013 dan 2014 konsumen produk kosmetik Wardah). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 39(2), 1-10.
- Bramantya dkk (2016). Pengaruh *Celebrity Endorser* dan *Brand Image* terhadap Keputusan Pembelian Yamaha Jupiter Mx di Kota Denpasar. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 5(3), 1745-1771.
- Chhajer, D., Naidu, K., & Shah, N. V. (2015). *Study of Impact of Celebrity Endorsement on Consumer Buying Behaviour*. *International Conference on Technology and Business Management*, 417–423.
- Firdaus, Qonita dan Tintin Suhaeni (2020). Pengaruh Ekuitas Merek terhadap Minat Beli (Studi pada Konsumen Oronamin C di Kota Bandung). *Jurnal Riset Bisnis dan Investasi*, 6(3), 64-71.
- Heda, Naufal Savero Rakha (2017). Pengaruh *Celebrity Endorser* dan *Brand Image* terhadap Keputusan Pembelian Sampo (Studi kasus pada Merek Clear). Skripsi. Yogyakarta: Universitas Negeri Yogyakarta.
- Iwan dan Kaman Nainggolan (2017). Pengaruh *Celebrity Endorser*, *Brand Awareness*, dan Harga Produk Terhadap Minat Beli Mie Sukses’s (Studi Empiris Pada Penduduk Kecamatan Pinang Kota Tangerang). *Cakrawala*, 17(2), 146-155.
- Juliana Dkk (2018). 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(2), 251-256.

- Kotler, Philip (2009). *Manajemen Pemasaran*. Jilid I. Edisi ke 13. Jakarta: Erlangga.
- Kotler dkk (2009). *Manajemen Pemasaran* (Terjemahan: Benyamin Molan). Edisi 12. Jilid 1. Jakarta: PT. Indeks Kelompok. Gramedia.
- Mubarak dkk (2018). Pengaruh *Celebrity Endorser* Pada Media Sosial Instagram Terhadap Keputusan Pembelian (Survei *Online* pada konsumen Produk Erigo Jakarta melalui Instagram). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 62(1), 18-25.
- Ong, F. S. et al. (2012). *Purchase Behaviour of Consumers of Functional Foods in Malaysia: An Analysis of Selected Demographic Variables, Attitude, and Health Status*. *Asia Pacific Management Review*, 19(1), 81-98.
- Pakpahan, Eryck Simon Bolivar (2017). Pengaruh Kredibilitas *Celebrity Endorser* terhadap Keputusan Pembelian dan Kepuasan Konsumen You-C 1000 Vitamin C di Kota Pekanbaru. *JomFekom*, 4(1), 721-734.
- Pusparisa, Yosepha (2019). Minuman Kemasan, Konsumsi Favorit Masyarakat Urban Indonesia. Databoks katadata. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/12/20/minuman-kemasan-konsumsi-favorit-masyarakat-urban-indonesia> (Diakses pada 4 Juni 2021)
- Restanti dkk (2019). Pengaruh *Celebrity Endorser* dan *Electronic Word of Mouth* terhadap Minat Beli dan Dampaknya terhadap Keputusan Pembelian (Survei pada Konsumen Zoya Fashion dan Hijab). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 68(1), 28-37.
- Susetiyono, Budi dan Megayani (2020). *The Influence of Celebrity Endorser on Purchase Decisions on Oppo Smartphone Products through Word of Mouth as a Mediation Variables (Case Study of Jakarta State University Students)*. *STEI Journal of Economics*, 20(20), 18-35.
- Tiarawati, Monika Dan R.A. Azizah 'Amilatul F (2013). Pengaruh Pesan Dan Penggunaan *Endorser* Pada Iklan Televisi Terhadap Keputusan Pembelian Minuman You C 1000 Vitamin Di Surabaya Selatan. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 1(2), 486-495.
- Tjondrokoesoemo, Marsellia (2017). *Celebrity Endorser* terhadap Keputusan Pembelian (Survei pada warga Surabaya Barat). *Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*, 2(3), 287-295.
- Hajat, Nurahma, et al. *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah*, Jakarta, 2012. http://fe.unj.ac.id/?page_id=1123 (Retrieved April 1, 2021).