

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D. A. (2019). *Managing Brand Equity: Capitalizing on the Value of A Brand Name*, The Free Press. In *New York, NY*.
- Alfifto, A., Siringoringo, A., & Hasman, H. C. P. (2022). Viral Marketing, Celebrity Endorsement dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Pada Geprek Bensu Medan. *Jurnal Ekonomi Bisnis, Manajemen Dan Akuntansi (JEBMA)*, 2(1). <https://doi.org/10.47709/jebma.v2i1.1208>
- Amalia, L. A., Zulistiani, Z., & Damayanti, S. (2023). STRATEGI PEMASARAN MELALUI SOCIAL MEDIA INSTAGRAM DAN TIKTOK UNTUK MENINGKATKAN PENJUALAN (Studi Kasus Ardana Studio). *Prosiding Seminar Nasional Manajemen, Ekonomi Dan Akuntansi*, 8, 14–26.
- Basid, C. A., Hasiolan, L. B., & Haryono, A. T. (2018). Pengaruh citra merek, sikap merek dan kesadaran merek terhadap ekuitas merek susu Frisian Flag (Studi kasus di kecamatan Tembalang Semarang). *Jurnal of Management*, 1(1).
- Byrne, A., Whitehead, M., & Breen, S. (2018). The naked truth of celebrity endorsement. *British Food Journal*, 105. <https://doi.org/10.1108/00070700310477086>
- Chandra, T. (2020). *Service Quality, Consumer Satisfaction, dan Consumer Loyalty: Tinjauan Teoritis*.
- Durianto, D., Sugiarto, & Sitinjak, T. (2021). Strategi Menaklukan Pasar Melalui Ekuitas dan Perilaku Merek. In *Nasional* (Issue Strategi pasar).
- Fatmi Yurindra, D., Sutrisno, B., & Mulyana, S. P. (2023). Pengaturan Perlindungan Konsumen Dalam Perjanjian Endorsement Antara Endorse Dan Endorser. *Commerce Law*, 3(2). <https://doi.org/10.29303/commercelaw.v3i2.3538>
- Ghozali. (2018). Aplikasi Analisis Multivariate dengan IBM SPSS 25. *Forum Ilmiah Pendidikan Akuntansi Universitas PGRI Madiun*, 6(2).
- Hair Jr., J. F., Anderson, R. E., Babin, B. J., & Black, W. C. (2019). Multivariate Data Analysis, Multivariate Data Analysis. In *Book* (Vol. 87, Issue 4).
- Harly, G. S., & Octavia, D. (2018). The Impact of Endorsement Fashion Blogger Towards Purchase Intention on Local Brand (2013 - 2014). *Jurnal Manajemen Indonesia*.
- Husnawati. (2017). Pengaruh Brand Awareness Dan Persepsi Kualitas Terhadap Buying Decision Sepeda Motor Honda. *Skripsi*.
- Ichsannudin, & Purnomo, H. (2021). *Pengantar Ekonomi Makro Kontemporer*. Media Sains Indonesia.

- Indrayani, Syukri, M. S., Faradiba, B., & Akilah, F. (2023). Jurnal Mirai Management Pengaruh Brand Awareness terhadap Loyalitas Konsumen Handphone Samsung pada Universitas Ichsan Gorontalo. *Jurnal Mirai Management*, 8(1).
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2019). Manajemen Pemasaran edisi 13 jilid 1 dan 2, Alih Bahasa: Bob Sabran. In *Jakarta: Erlangga*.
- Lengkong, A. P., Pio, R. J., & Mangindaan, J. V. (2021). Pengaruh Brand Awareness dan Kualitas Produk terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Konsumen Pakaian H.A.R.V Official di Manado. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 11(2).
- Maharani, N., & Susanti, F. (2023). Kualitas Produk, Testimoni, dan Endorsment Terhadap Loyalitas Konsumen pada Produk Emina di Transmart Padang. *Jurnal Publikasi Ilmu Manajemen (JUPIMAN)*, 2(2).
- Manajemen, M. (2019). Jurnal Manajemen Bisnis Dan Kewirausahaan. *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Kewirausahaan*, 3(1). <https://doi.org/10.24912/jmbk.v3i1.4917>
- McCracken, G. (2020). The Four-Step Method of Inquiry. In *The Long Interview*. <https://doi.org/10.4135/9781412986229.n3>
- Oliver, J. (2017). Evaluasi Bauran Promosi Dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan Claine. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9).
- Priansa, D. J. (2017). *Perilaku Konsumen Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*.
- Purnomo, H., Sardanto, R., & Muslih, B. (2020). *Signifikansi Prediktor Kepuasan Konsumen Jasa Hotel* (1st ed.). CV. Ajie Media Nusantara, Nganjuk.
- Setiawan, L. (2018). Pengaruh Celebrity Endorsement Terhadap Purchase Intention Dengan Brand Awareness Sebagai Variabel Mediasi Pada Produk Green Tea Esprecielo Allure. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 12, 1(1).
- Sharma, A., Khadka, S., Kunwar, B., Amgain, K., Joshi, R., Dahal, S., Acharya, S., & Magar, M. T. (2020). Clinically Relevant Drug-Drug Interactions and Management Strategies: A Hospital based Study. *Europasian Journal of Medical Sciences*, 2(2). <https://doi.org/10.46405/ejms.v2i2.246>
- Shellya, C. I. S., Prasojo, A., & Raharjo, I. B. (2023). Implementasi strategi pemasaran dalam menjaga eksistensi dan meningkatkan kepercayaan calon konsumen pada luna piena wedding organizer 1),2),3). *Jurnal SIMANIS*, 2.
- Siti Ayu Larasati, D., Nungki Chintia Putri, E., Kusuma, B., Anitasari, S., & Melina, R. (2022). Analisis Preferensi Konsumen dalam Membeli Minyak Goreng. *SENMEA: Seminar Nasional Manajemen, Ekonomi Dan Akuntansi*, 7.

- Sopandi, A. A., & Samsudin, A. (2023). The Influence Of Brand Ambassador And Celebrity Endorses To Customer Loyalty On Ms Glow Products (Case Study On Users Who Follow The Ms. Glow Official Account On The Instagram App) Pengaruh Brand Ambassador Dan Celebrity Endorses Terhadap Loyalitas Pelang. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 4(6), 10134–10144. <http://journal.yrpioku.com/index.php/msej>
- Sugiyama, A. G., & Pambudy, E. F. S. B. (2017). PENGARUH KEMASAN, KEWAJARAN HARGA DAN BRAND AWARENESS TERHADAP BRAND LOYALTY (STUDI KASUS PADA WISATAWAN NUSANTARA DI KARTIKA SARI BANDUNG). *Jurnal Manajemen Maranatha*, 17(1). <https://doi.org/10.28932/jmm.v17i1.414>
- Sugiyono. (2023). Sugiyono, Metode Penelitian dan Pengembangan Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D , (Bandung: Alfabeta, 2015), 407 1. *Metode Penelitian Dan Pengembangan Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, Dan R&D*.
- Suryadi, C. E. (2018). Pengaruh Celebrity Endorser Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Kasus pada Mahasiswa Pendidikan IPS UIN Syarif Hidayatullah Jakarta). *Skripsi*.
- Świtała, M., & Łukasiewicz, A. (2021). Brand equity as a determinant of customer cooperation growth in the road freight transport industry. *Transport Problems*, 16(3). <https://doi.org/10.21307/TP-2021-041>
- Tandarto, R., Dharmayanti, D., & Si, M. (2020). Pengaruh Brand Awareness Terhadap Customer Loyalty Dengan Celebrity Endorsement Raline Shah Sebagai Variabel Intervening Top White Coffee Di Surabaya. *Jurnal Strategi Pemasaran*, 4(1).
- Tangkilisan, N. H. (2017). Manajemen Publik. *PT. Gramedia Widiasarana Indonesia*.
- Tjiptono, F. (2019). Strategi Pemasaran. Edisi 3. In *CV. Andi Offset* (Vol. 1, Issue 4).