

DAFTAR REFERENSI

- Ali, I., Irdiana, S., & Irwanto, J. (2019). Dampak Brand Image , Brand Equity Dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Laptop Asus (Studi Pada Toko Komputer Lumajang Computer Centre Di Kabupaten Lumajang). *Progress Conference*, 2(July), 406–413.
<http://proceedings.stiewidyagamalumajang.ac.id/index.php/progress/article/view/210/199>
- Alif Fianto, A. Y., Hadiwidjojo, D., Aisjah, S., & Solimun, S. (2014). The Influence of Brand Image on Purchase Behaviour Through Brand Trust. *Business Management and Strategy*, 5(2), 58.
<https://doi.org/10.5296/bms.v5i2.6003>
- Anas, S. F. (2014). Pengaruh Celebrity Endorser, Brand Image, Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian 3Second (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Muria Kudus Progdj Manajemen 2014). *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 1(1), 1–8.
- Ansari, S., Ansari, G., Ghorri, M. U., & Kazi, A. G. (2019). Impact of Brand Awareness and Social Media Content Marketing on Consumer Purchase Decision. *Journal of Public Value and Administration Insights*, 2(2), 5–10. <https://doi.org/10.31580/jpvai.v2i2.896>
- Berapa Pengguna Internet di Indonesia? Proyeksi Pengguna Internet di Indonesia 2017-2023. Diakses pada 16 November 2020. <https://databoks.katadata.co.id/datapublishembed/113177/berapa-pengguna-internet-di-indonesia>
- Blackstone, Elena Delgado and Jose Lius Manuera – Aleman. 2011. “Brand Trust In Context of Consumer Loyalty”. *European Journal of Marketing*. Vol 35 (11/12).
- Cahyaningrum, F. (2020). Analisis Pengaruh Electronic Word of Mouth , Celebrity Endorser dan Country of Origin terhadap Purchase Intention melalui Brand Image Studi Kasus Wardah House Semarang. *Konferensi Ilmiah Mahasiswa Unissula*, 3, 851–871.
- Citra, Salam, A., & Nuryani, H. S. (2020). Pengaruh Celebrity Endorser dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian di Instagram (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Teknologi Sumbawa Angkatan Tahun 2016 sampai dengan Tahun 2018). *Jurnal Manajemen Ekonomi Dan Bisnis*, 3(2), 1–9. <https://jurnal.uts.ac.id/index.php/jmb/article/view/796>
- Copley, Paul. 2014. *Marketing Communications Management*. Galway: Ann Torres National University or Ireland
- Fure, F., Lopian, J., & Taroreh, R. (2015). *Pengaruh Brand Image, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di J.Co Manado*. 3(1), 367–377.
- Gildak, Street Food Korea Bisnis Baru Influencer Jovi Adhiguna Setelah Street Boba. Diakses pada 27 Juli 2021. <https://www.beautynesia.id/berita-influencer/gildak-street-food-korea-bisnis-baru-influencer-jovi-adhiguna-setelah-street-boba/b-167867>
- Gildak Krekot, Jajanan Kekinian ala Korea yang Mulai Digandrungi. Diakses pada 27 Juli 2021. <https://arahkata.pikiran-rakyat.com/gaya-hidup/pr-1281671695/gildak-krekot-jajanan-kekinian-ala-korea-yang-mulai-digandrungi>
- Govinda, I. W., & Putra, G. (2019). Peran Brand Trust Memediasi Pengaruh Brand Image Terhadap

- Brand Loyalty Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana , Bali , Indonesia. *Manajemen*, 8(7), 4328–4356.
- Habibah, Hamdani, & Lisnawati, S. (2018). Pengaruh Brand Image dan Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah (Studi pada Perempuan Muslim di Kota Bogor). *Iqtishoduna P-ISSN: 2252-5661, e-ISSN: 2443-0056*, 7(2), 233–261.
- Hasan, Ali. 2014. *Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan*. Jakarta: CAPS
- Ismail, Solihin. (2012). *Manajemen Strategik*. Jakarta : Erlangga
- Kotler, Philip & Keller, Kevin Lane. (2016). *Manajemen Pemasaran Edisi 15*. Jakarta:Erlangga.
- Kotler, Phillip & Keller. (2012). *Manajemen Pemasaran, Edisi 12*, Jakarta : Erlangga.
- Kotler, Philip dan Armstrong, Gary, (2014), *Principles of Marketing, 12th Edition, Jilid 1 Terjemahan Bob Sabran Jakarta : Erlangga*.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller (2013). *Manajemen Pemasaran Edisi 13 Jilid 1*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Kuhu, T. T., Tumbel, A. L., & Wenas, R. S. (2019). Pengaruh Viral Marketing, Celebrity Endorser, Dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Di Sang Pisang Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 7(3). <https://doi.org/10.35794/emba.v7i3.23746>
- Kwee, N. V. K., & Eristia, L. P. (2016). Foodstagram Endorsement and Buying Interest in Cafe / Restaurant. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 18(2), 100–110. <https://doi.org/10.9744/jmk.18.2.100>
- Lantara, A. A. M. O., & Pramudana, K. A. S. (2020). Peran Sikap Memediasi Pengaruh Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 9(1), 218. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2020.v09.i01.p12>
- Luntungan, C. A. R., Pangemanan, S. S., Rumokoy, F. S., & Program, M. (2019). Comparative Analysis of Repurchase Intention Based on Brand Trust and Brand Commitment of Starbucks in Manado Between Male and Female. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 6(1), 161–170. <https://doi.org/10.35794/emba.v6i1.19020>
- Made, N., & Rani, D. (2020). Pengaruh Brand Image , Green Marketing Strategy , dan Emotional Desire Terhadap Keputusan Pembelian Produk McDonald's. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 5(1), 69–79. <http://journal.undiknas.ac.id/index.php/manajemen>
- Manap, Abdul. 2016. *Revolusi Manajemen Pemasaran. Edisi Pertama*, Mitra Wacana Media, Jakarta.
- Nggilu, Monica, Altje L. Tumbel, & Djemly, W. (2019). Pengaruh Viral Marketing, Celebrity Endorser, Dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Pada Geprek Benu Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 7(3), 2691–2700. <https://doi.org/10.35794/emba.v7i3.23720>
- Nugraha, R., Kusumawardani, K. A., & Octavianie, V. (2018). The Influence of Celebrity Endorsement in Instagram towards Customer Behavior and Purchase Intention in Healthy Food Diet Business. *Firm Journal of Management Studies*, 3(2), 1–24. <https://doi.org/10.33021/firm.v3i2.476>

- Nur Fauziah, R. (2019). Pengaruh Brand Image dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian I Am Geprek Benu Tasikmalaya (Survei pada konsumen I Am Geprek Benu di Kota Tasikmalaya). *Jurnal Hexagro*, 3(1), 27–32. <https://doi.org/10.36423/hexagro.v3i1.304>
- Ramadhani, I., & Nadya, P. S. (2020). Pengaruh Celebrity Endorser dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Fesyen Muslim Hijup. *Prosiding Konferensi Nasional Ekonomi Manajemen Dan Akuntansi (KNEMA)*, 1177.
- Ristanti, D., & Rois Arifin, M. H. (2019). Pengaruh Brand Image, Brand Trust, Brand Awareness dan Product Quality Terhadap Brand Loyalty Sari Roti (Studi Pada Konsumen Sari Roti Mahasiswa Universitas Islam Malang). *Riset Manajemen Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Unisma*, 37–54.
- Selebgram Jovi Adhiguna Buka Cabang Gildak Pertama di Bogor. Diakses pada 27 Juli 2021. <https://traveling.bisnis.com/read/20201209/223/1328401/selebgram-jovi-adhiguna-buka-cabang-gildak-pertama-di-bogor>
- Shabbir, M. Q., Khan, A. A., & Khan, S. R. (2017). Brand Loyalty Brand Image and Brand Equity: the Mediating Role of Brand Awareness. *International Journal of Innovation and Applied Studies*, 19(2), 416–423. <http://www.ijias.issr-journals.org/>
- Sharon, F., Meilinda, L., & Iskandar, V. (2018). Pengaruh Karakteristik Celebrity Endorser Melalui Media Sosial Instagram Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Restoran Dan Café Di Surabaya. *Jurnal Hospitality Dan Manajemen Jasa*, 390–404. <http://publication.petra.ac.id/index.php/manajemen-perhotelan/article/view/7504>
- Simak, A. H., Saerang, I., & Jan, A. B. H. (2017). Pengaruh Celebrity Endorser Dan Iklan Televisi Terhadap Minat Beli Sepeda Motor Yamaha (Study Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Sam Ratulangi Manado). *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 5(2), 2377–2384. <https://doi.org/10.35794/emba.v5i2.16639>
- Siregar, F. R. A., Sadalia, I., & Sembiring, B. K. F. (2019). *The Influence of Celebrity Endorser to the Purchase Intention of Medan Napoleon Cake with Brand Image as Intervening Variable*. 100(Icoi), 619–623. <https://doi.org/10.2991/icoi-19.2019.108>
- Sopiah & Sangadji, Etta Mamang. (2016). *Salesmanship (Kepenjualan)*. Jakarta: PT Bumi Aksara
- Sopiah & Sangadji, Etta Mamang. (2013). *Perilaku Konsumen – Pendekatan Praktis disertai Himpunan Jurnal Penelitian*. Yogyakarta: ANDI.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung : Alfabeta.
- Sunyoto, Danang. 2014. *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran (Konsep, Strategi, dan Kasus)*. Cetakan ke-1. Yogyakarta: CAPS (Center for Academic Publishing Service).
- Sunyoto, Danang. 2012. *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran*. Cetakan Pertama. Yogyakarta : CAPS.
- Suryani, S., & Rosalina, S. S. (2019). Pengaruh Brand Image, Brand Trust, Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Moderating (Studi pada Startup Business Unicorn Indonesia). *Journal of Business Studies*, 04(1), 49.
- Temaja, G. A., & Yasa, N. K. (2019). The Influence of Word of Mouth on Brand Image and Purchase

- Intention (A study on the potential customers of Kakiang Garden Cafe Ubud). ... *Journal of Business Management and Economic ...*, 10(1), 1552–1560.
<https://www.ijbmer.com/docs/volumes/vol10issue1/ijbmer2019100105.pdf>
- Tjiptono, Fandy. (2014), *Pemasaran Jasa – Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*, Andi Offset, Yogyakarta.
- Trisyahputra, B., & DH, A. F. (2018). Pengaruh Brand Image dan Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian (Survei pada Konsumen Produk Makobu Cake Kota Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 61(4), 10–19.
- Wachyuni, S. S., Priyambodo, T. K., Tourism, P., Programme, S., Mada, U. G., Polytechnic, S., Tourism, P., Programme, S., Mada, U. G., & Mada, G. (2020). *The Influence Of Celebrity Endorsement In Restaurant Product Purchase Decision Making*. 6(2), 45–54.
- Wulandari, N., & Nurcahya, I. (2015). Pengaruh Celebrity Endorser, Brand Image, Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Clear Shampoo Di Kota Denpasar. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 4(11), 244169.
- Yudha, P. D., & Sudiksa, I. B. (2018). *Pengaruh Celebrity Endorser , Brand Image , Kepercayaan , dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Pembelian Merchandise Bali United Di Gianyar) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana (Unud), Bali - Indonesia*. 7(9), 5055–5079.