

DAFTAR PUSTAKA

- Angreni, W. O. N., Rahagia, R., Setyawati, A., Ihsan, M., & Kamaruddin, S. S. (2024). *Partisipasi masyarakat dalam hidup bersih dan sehat sebagai upaya peningkatan kualitas kesehatan*.
- Ardianti, C., 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 Dan Bisnis*, 3(2).
- Audrey, A. N., & Usman, O. (2021). Influence Celebrity Endorser, Brand Image, and Brand Trust on Emina's Cosmetics Product Purchase Decisions. *Brand Image, and Brand Trust on Emina's Cosmetics Product Purchase Decisions (January 18, 2021)*.
- Bachtiar, M. D. (2025). *Pengaruh Brand Awareness dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Produk Oronamin C*. ITN MALANG.
- Buntoro, D., & Pradiani, T. (2023). Pengaruh Product Knowledge, Brand Image Dan Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian Mikrofon Seruniaudio di PT. Seruni Karya Indonesia. *Bursa: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 2(1), 38–55.
- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2017). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches*. Sage publications.
- Febyana, S. D., Mulyono, L. E. H., & Dakwah, M. M. (2023). Pengaruh Electronic Word of Mouth, Kualitas Produk Dan Product Knowledge Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik BLP Beauty (Studi Pada Mahasiswi Di Kota Mataram). *Jurnal Sosial Ekonomi Dan Humaniora*, 9(1), 68–73.
- Gumelar, G. (2023). Pengaruh *Brand Trust*, *Brand Awarenes* dan *Brand Positioning* Terhadap Keputusan Pembelian Motor Merek Honda Pada Mahawiswa Universitas Muhammadiyah Ponorogo. Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
- Herviani, V., Hadi, P., & Nobelson, N. (2020). Analisis Pengaruh Brand Trust, E-WOM, dan Social Media Influencer Terhadap Keputusan Pembelian Lipstick Pixy. *Prosiding BIEMA (Business Management, Economic, and Accounting National Seminar)*, 1, 1351–1363.
- Hidayat, N. (2023). Pengaruh Online Consumer Review dan Product Knowledge Terhadap Keputusan Pembelian Laptop Second di Bukalapak. *Jurnal Equilibrium Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Panca Bhakti*, 9(2), 132–144.
- Huda, N. (2020). Pengaruh brand image terhadap keputusan pembelian motor scuter matic

- Yamaha di Makassar. *Jurnal Asy-Syarikah: Jurnal Lembaga Keuangan, Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 2(1), 37–43.
- Inggasari, S. M., & Hartati, R. (2022). Pengaruh celebrity endorser, brand image, dan brand trust terhadap keputusan pembelian produk Scarlett Whitening. *Cakrawangsa Bisnis: Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, 3(1).
- Istiqomah, N. H., Magfiroh, S., & Habibana, Z. N. (2024). Memahami Perilaku Konsumen: Tinjauan Aspek Psikologis dalam Keputusan Pembelian dan Strategi Pemasaran. *HEI EMA: Jurnal Riset Hukum, Ekonomi Islam, Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, 3(2), 71–82.
- Junia, Y. I. (2021). Pengaruh Brand Awareness, Brand Image, dan Brand Trust terhadap Keputusan Pembelian pada Produk PRT di Jakarta. *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Kewirausahaan*, 5(4), 360–363.
- Kolinug, M. S., Mananeke, L., & Tampenawas, J. (2022). Pengaruh brand ambassador dan brand image terhadap keputusan pembelian kosmetik Revlon (Studi kasus pada mahasiswa Universitas Sam Ratulangi). *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 10(3), 101–111.
- Lestari, I., & Sahir, S. H. (2024). *Pengaruh Product Knowledge dan Online Customer Review terhadap Keputusan Pembelian Produk Hanasui pada Marketplace Shopee (Studi pada Pelanggan Hanasui di Kelurahan Tanjung Rejo Medan)*.
- Lukitaningsih, A., & Lestari, F. (2023). Pengaruh brand image, brand trust dan brand ambassador terhadap keputusan pembelian produk smartphone. *FORUM EKONOMI: Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, 25(1), 89–96.
- Manik, C. M., & Siregar, O. M. (2022). Pengaruh Brand Image dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian pada Konsumen Starbucks di Kota Medan. *Journal of Social Research*, 1(7), 694–707.
- Pahutar, I., Pristiyono, P., & Simanjuntak, D. (2023). Analisis Tingkat Pengetahuan Konsumen dan Label Halal terhadap Kepuasan Konsumen melalui Keputusan Pembelian. *REMIK: Riset Dan E-Jurnal Manajemen Informatika Komputer*, 7(2), 1108–1118.
- Rahmayani, A., & Fasa, M. I. (2024). ANALISIS PERILAKU KONSUMEN PADA HARGA PRODUK TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN. *Jurnal Ilmiah Ekonomi, Manajemen Dan Syariah*, 3(3), 369–377.
- Rupianti, R., & Nashohah, D. (2023). Implementasi theory of planned behaviour terhadap purchase intention produk halal di Kota Malang. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, &*

- Akuntansi (MEA)*, 7(2), 242–256.
- Sari, A. J., Udayana, I. B. N., & Cahya, A. D. (2022). Pengaruh Brand Image terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 4(1), 308–327.
- Septianan, E. W., Firdaus, F. D., Madina, A. L., Wardana, F. A., & Saddam, M. (2024). Pengaruh product knowledge dan trend healthy lifestyle terhadap minat beli produk UMKM Holly Jelly (Studi kasus pada konsumen Gen Z di Surabaya). *Neraca: Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi*, 2(1), 183–193.
- Sterie, W. G., Massie, J., & Soepono, D. (2019). Pengaruh Brand Ambassador Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pt. Telesindo Shop Sebagai Distributor Utama Telkomsel Di Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 7(3).
- Sugiyono, S. (2023). *METODE PENELITIAN KUANTITATIF, KUALITATIF, DAN R&D* (M. Dr. Ir. Sutopo. S.Pd (ed.)).
- Sunyoto, Danang. (2020). *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran*. Cetakan Pertama. Yogyakarta: CAPS.
- Syamsurizal, S. (2020). Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Pada Rocket Chicken Kota Bima. *BRAND Jurnal Ilmiah Manajemen Pemasaran*, 2(2), 177–183.