

## DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D. A. (2021). *Managing Brand Equity*. New York: Free Press.
- Ahmad, A., et al. (2024). *Pengaruh Brand Image dan Product Design terhadap Keputusan Menggunakan Bank Digital (Studi Kasus Blu by BCA Digital)*. Universitas (tidak disebutkan).
- Al-Ghiffari, A. (2024). *Kartu Debit Eksklusif EVOS: Apakah Co-Branding dan Brand Image Mempengaruhi Minat Membuka Rekening Tabungan di Bank Mandiri*.
- Anjani, A. (2023). *Pengaruh Celebrity Endorsement terhadap Minat Beli Produk Dear Me Beauty*. E-Journal Universitas Atma Jaya Yogyakarta.
- Djafarova, E., & Rushworth, C. (2023). *The Impact of Social Media Celebrities on Young Consumers' Purchase Intentions*. Journal of Consumer Behaviour.
- E-Conomy SEA. (2024). *Laporan Ekonomi Digital Asia Tenggara*. Google & Temasek.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hakim, S. Z. (2024). *Pengaruh Endorsement NCT 127 dalam TapCash BNI terhadap Minat Beli Konsumen*.
- Hermansyah, A. S. (2024). *Pengaruh Celebrity Endorsement dan Harga pada Keputusan Pembelian TapCash BNI*.
- Keller, K. L. (2013). *Strategic Brand Management: Building, Measuring, and Managing Brand Equity* (4th ed.). Pearson Education.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education.
- McCracken, G. (1989). *Who is the Celebrity Endorser? Cultural Foundations of the Endorsement Process*. Journal of Consumer Research, 16(3), 310–321.
- McKinsey & Company. (2023). *The State of Digital Consumer Behavior in Indonesia*.

- Mulianingsih, D., et al. (2023). *Celebrity Endorsement dan Keputusan Pembelian*.  
Jurnal Ilmiah Multidisiplin.
- Nazir, M. (2013). *Metode Penelitian*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Ohanian, R. (1990). *Construction and Validation of a Scale to Measure Celebrity Endorser's Perceived Expertise, Trustworthiness, and Attractiveness*.  
Journal of Advertising, 19(3), 39–52.
- Oktaviani, N. (2020). *Pengaruh Brand Ambassador "Blackpink" terhadap Purchase Intention melalui Brand Image pada Aplikasi Shopee*. Universitas Mulawarman.
- Prasetyo, F. I., et al. (2023). *Pengaruh Brand Image terhadap Minat Beli Konsumen Tokopedia*. JUEB: Jurnal Ekonomika dan Bisnis.
- Qathrunnada, H. (2023). *Pengaruh Harga dan Brand Image terhadap Keputusan Penggunaan E-Wallet Gopay di Kalangan Mahasiswa*. Universitas Gadjah Mada.
- Ramadhani, E. (2021). *Celebrity Endorsement dan Brand Image pada Produk Scarlett Whitening di Instagram*. ECOUNTBIS Journal.
- Royan, F. (2022). *Marketing Celebrity: Strategi Efektif Endorsement Selebriti*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Saputra, M. D., & Purba, J. T. (2024). *Pengaruh Celebrity Endorsement terhadap Minat Beli Mahasiswa di Batam*. YUME: Journal of Management.
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2010). *Consumer Behavior* (10th ed.). Pearson Prentice Hall.
- Schiffman, L. G., & Wisenblit, J. (2019). *Consumer Behavior* (12th ed.). Pearson.
- Stevani, S. (2023). *Pengaruh Celebrity Credibility Blackpink terhadap Brand Attitude dan Minat Beli pada Oreo Blackpink*.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Susanto, S. A. (2023). *Celebrity Endorsement dan Minat Beli Konsumen Tokopedia*. E-Journal Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

- Suhardi, M., & Irmayanti, F. (2023). *Pengaruh Brand Image terhadap Minat Beli Konsumen*. Jurnal Ekonomi dan Bisnis Digital.
- Tiara, F. (2023). *The Impact of Korean Celebrity Endorsements Toward Purchase Intention in Indonesia Marketplace*.
- Widodo, A. P., et al. (2023). *Dampak Influencer terhadap Minat Beli Generasi Z di Media Sosial*. Jurnal Ilmu Komunikasi Digital.
- Wilson, N. (2020). *Celebrity Endorser dan Intensi Pembelian Smartphone China di Indonesia*.
- Zhang, H., & Kim, J. (2023). *Brand Image Impact on Purchase Intention in the Fashion and Tech Industries*. Journal of Marketing Research.
- Badan Pusat Statistik Provinsi DIY. (2023). *Keadaan Ketenagakerjaan DIY Februari 2023*.
- Tsai & Men (2013). *The Impact of Celebrity Endorsement on Fans' Attitude and Purchase Intention*. Journal of Interactive Advertising.