

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, P. M. (2015). Metodologi Penelitian Kuantitatif. In *Aswaja Pressindo*.
- Al Mamun, A., Naznen, F., Yang, Q., Ali, M. H., & Hashim, N. M. H. N. (2023). Modelling the significance of celebrity endorsement and consumer interest on attitude, purchase intention, and willingness to pay a premium price for green skincare products. *Heliyon*, 9(6), e16765. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2023.e16765>
- Alfiansyah, M. ., & Rofiah, C. (2023). Pengaruh Celebrity Endorser, Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk Erigo. *Prosiding SEMINALU 2023 Pendetang, Aziz*, 347–352.
- Alfifto, A., Siringoringo, A., & Hasman, H. C. P. (2022). Viral Marketing, Celebrity Endorsement dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Pada Geprek Benu Medan. *Jurnal Ekonomi Bisnis, Manajemen Dan Akuntansi (JEBMA)*, 2(1), 1–9. <https://doi.org/10.47709/jebma.v2i1.1208>
- Ambarkahi, R. P. Y., Nilakandy, N. A., Dhamayanthi, W., & Ismail, A. M. (2021). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Di Warung Ikan Bakar Kabupaten Situbondo. *Jurnal Manajemen Agribisnis Dan Agroindustri*, 1(1), 18–22. <https://doi.org/10.25047/jmaa.v1i1.4>
- Ambarwati, & Sobari, I. S. (2020). Membangun Jiwa Kewirausahaan Di Era Milenial Bagi ahasiswa Institut Stiami Kampus Tangerang Selatan. *Jurnal Komunitas : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(2), 140–144. <https://doi.org/10.31334/jks.v2i2.736>
- Anam, K. (2023). *10 Menit Kurang, Erigo-Raffi Raih Omzet Rp 5 M di Shopee Live*. CNBC Indonesia.
- Ananta Fauzi, R. ., Esmike, M., & A.R, A. (2023). Pengaruh Brand Ambassador Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sepatu Erigo. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 2(02), 84–91. <https://doi.org/10.56127/jukim.v2i02.597>
- Azis, R. T. D., Putri, A. D., & Jaelani. (2023). PENGARUH CELEBRITY ENDORSER, CITRA MEREK, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP NIAT BELI PRODUK FASHION ERIGO DI KOTA BANDAR LAMPUNG. *Journal of Economic and Business Research*, 3(2), 1–10. <https://jurnal.teknokrat.ac.id/index.php/JEB>
- Chandra, T. (2020). *Service Quality, Consumer Satisfaction, dan Consumer Loyalty: Tinjauan Teoritis*.
- Damiati, Masdarini, L., Suriani, M., Adnyawati, N. D. M. S., Marsiti, C. I. R.,

- Widiartini, K., & Angendari, M. D. (2021). Perilaku Konsumen. In *Widina* (Vol. 5).
- Dewi, R. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek Dan Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Melalui Minat Beli Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Administrasi Bisnis Fisipol Unmul*, 7(4), 409. <https://doi.org/10.54144/jadbis.v7i4.2862>
- Erigo.co.id. (2023). *Erigo Company Profile*.
- erigo.co.id. (2020). *ERIGO - BRAND TERLARIS 9.9 SHOPEE SUPER SHOPPING DAY INDONESIA*.
- Firmansyah, A. (2019). Pemasaran Produk dan Merek (Planning dan Staregy). *Manajemen Pemasaran*, 336.
- G. Schiffman, L. W. (2015). *Consumer Behavior Consumer behavior* (Vol. 27, Issue 23).
- Goodstats.id. (2023). *Merek Fesyen Lokal Yang Menjadi Favorit Masyarakat Indonesia Versi Goodstats*.
- Harjadi, D., & Arraniri, I. (2021). *Experiential Marketing & Kualitas Produk dalam Kepuasan*.
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran & Kepuasan Pelanggan*.
- Kotler, P., Kevin, K., & Chernev, A. (2021). Marketing Management. In *Pearson* (Vol. 53, Issue 9).
- Lestari, M. ., Nurhajati, & Basalamah, M. . (2021). Pengaruh Celebrity Endorser, Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Lokal Erigo. *Industry and Higher Education*, 3(1), 1689–1699.
- Mahendra, H. A. I., & Putri, K. A. S. (2022). Peran Endorser Selebriti, Citra Merek, dan Kepercayaan Merek terhadap Keputusan Pembelian Produk Pakaian Erigo (Studi pada Mahasiswa di Kota Malang). *Journal of Business & Applied Management*, 15(1), 019. <https://doi.org/10.30813/jbam.v15i1.3318>
- Mothersbaugh, D. L., Hawkins, D. i, & Kleiser, S. B. (2019). *Consumer Behavior Building Marketing Strategy* (Vol. 27, Issue 23).
- Paramita, R. W., Rizal, N., & Sulistyan, R. B. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif*.
- Putra, D. T., & Afandi, Y. (2023). PENGARUH INOVASI PRODUK DAN CELEBRITY ENDORSER TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK ERIGO. *Jurnal Aplikasi Bisnis*, 9.

<https://bit.ly/PenelitianProdukErigo>

- Rachmaningtyas, P., & Surianto, M. A. (2022). Pengaruh Celebrity Endorser, Daya Tarik Iklan, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ekobistek*, 389–396. <https://doi.org/10.35134/ekobistek.v11i4.459>
- Radika, A., Ida Pratiwi, M. N., & Maruta, I. G. N. . (2022). PENGARUH CITRA MEREK, HARGA, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MEREK ERIGO DI KAB. GRESIK. *GEMAH RIPAHA: Jurnal Bisnis*, 02(01), 43–59.
- Ririn, H. (2020). *Metodologi Penelitian Sosial*. Yogyakarta (Vol. 1, Issue 69).
- Roscoe. (1982). *Research Method for Business*. 253.
- Rosita, D., & Novitaningtyas, I. (2021). Pengaruh Celebrity Endorser dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Wardah pada Konsumen Mahasiswa. *INOBI: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia*, 4(4), 494–505. <https://doi.org/10.31842/jurnalinobis.v4i4.200>
- Saputra, F., & M Ridho Mahaputra. (2022). Relationship of Purchase Interest, Price and Purchase Decisions to IMEI Policy (Literature Review Study). *Journal of Law, Politic and Humanities*, 2(2), 66–75. <https://doi.org/10.38035/jlph.v2i2.76>
- Shopee.co.id. (2024). *Erigo Official Shop*.
- Statista.com. (2024). *Fashion - Worldwide*.
- Sugiyono, D. (2019). Metode penelitian kuantitatif kualitatif dan R&D. In *Penerbit Alfabeta*.
- Sutantio, R. A., Putri Andini, D., Chairina, R. L., & Komariyah, S. (2023). Strategi Pembangunan Pertanian Berbasis Agroindustri: Konsep Sustainable Development Goals (SDGs). *Jurnal Ilmiah Inovasi*, 23(1), 84–91.