

DAFTAR PUSTAKA

- Ali, H., & Waluyo, E. (2013). Pengaruh keragaman produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 7(2), 45–56.
- Assael, H. (2004). *Consumer behavior: A strategic approach*. Boston: Houghton Mifflin.
- Belch, G. E., & Belch, M. A. (2018). *Advertising and promotion: An integrated marketing communications perspective* (11th ed.). New York: McGraw-Hill Education.
- Chin, W. W. (1998). The partial least squares approach to structural equation modeling. In G. A. Marcoulides (Ed.), *Modern methods for business research* (pp. 295–336). Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.
- Cohen, J. (1988). *Statistical power analysis for the behavioral sciences* (2nd ed.). Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.
- Ferdinand, A. (2002). *Pengembangan minat beli merek ekstensi*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Fitria, R., & Rahman, A. (2021). Peran minat beli dalam keputusan pembelian produk kuliner. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 18(1), 55–66.
- Ghozali, I. (2014). *Structural equation modeling metode alternatif dengan partial least squares (PLS)*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS dan SmartPLS 3*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2020). *Partial least squares: Konsep, teknik, dan aplikasi menggunakan SmartPLS 3.0*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2017). *A primer on partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM)* (2nd ed.). Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
- Hair, J. F., Risher, J. J., Sarstedt, M., & Ringle, C. M. (2019). When to use and how to report the results of PLS-SEM. *European Business Review*, 31(1), 2–24.
- Henseler, J., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2015). A new criterion for assessing discriminant validity in variance-based structural equation modeling. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 43(1), 115–135.
- Hidayat, A., Prasetyo, B., & Lestari, D. (2022). Pengaruh keragaman menu terhadap keputusan pembelian pada usaha kuliner. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 15(2), 112–123.
- Jogiyanto, H. M., & Abdillah, W. (2016). *Konsep dan aplikasi PLS (Partial Least Square) untuk penelitian empiris*. Yogyakarta: BPFE.

- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles of marketing* (17th ed.). Harlow: Pearson Education.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). New Jersey: Pearson Education.
- Kurniawan, D., & Dewi, R. (2020). Keragaman menu dan minat beli konsumen restoran tradisional. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 14(1), 22–34.
- Latief, F. (2018). Pengaruh celebrity endorser terhadap minat beli konsumen. *Jurnal Manajemen*, 9(1), 1–12.
- Lestari, S. (2021). Pengaruh celebrity endorser terhadap keputusan pembelian produk UMKM. *Jurnal Bisnis dan Kewirausahaan*, 7(2), 101–112.
- Likert, R. (2022). *A technique for the measurement of attitudes*. New York: McGraw-Hill.
- Mahendra, R., & Sari, D. (2020). Celebrity endorser, minat beli, dan keputusan pembelian produk kuliner. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 8(3), 245–257.
- Nugroho, B. (2023). Pengaruh keragaman produk terhadap keputusan pembelian makanan tradisional. *Jurnal Pemasaran Strategis*, 5(1), 66–77.
- Pratama, A., & Lestari, N. (2024). Pengaruh celebrity endorser terhadap keputusan pembelian produk kuliner melalui minat beli. *Jurnal Manajemen Modern*, 12(1), 88–99.
- Ramadhan, F., & Putri, A. (2024). Pengaruh keragaman menu terhadap minat beli konsumen kuliner lokal. *Jurnal Ekonomi Kreatif*, 6(1), 33–44.
- Sari, M., & Wahyuni, S. (2023). Minat beli sebagai variabel intervening antara celebrity endorser dan keputusan pembelian. *Jurnal Riset Manajemen*, 10(2), 144–156.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2017). *Research methods for business: A skill-building approach* (7th ed.). Chichester: Wiley.
- Shimp, T. A. (2003). *Advertising, promotion, and supplemental aspects of integrated marketing communications*. Ohio: South-Western College Publishing.
- Sugiyono. (2013). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). *Metode penelitian manajemen*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Statistika untuk penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2017). *Pemasaran strategik*. Yogyakarta: Andi Offset.

Yoo, B., & Donthu, N. (2001). Developing and validating a multidimensional consumer-based brand equity scale. *Journal of Business Research*, 52(1), 1–14.

Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., & Gremler, D. D. (2018). *Services marketing: Integrating customer focus across the firm* (7th ed.). New York: McGraw-Hill.