

DAFTAR PUSTAKA

- Adriyati, Rosmaya, and Farida Indriani. "Pengaruh *Electronic Word of Mouth* Terhadap Citra Merek Dan Minat Beli Pada Produk Kosmetik Wardah." *Diponegoro Journal of Management* 6, no. 4 (2017): 12.
- Ahmad Miftah. "Mengenal Marketing Dan Maketers Syariah." *Islamiconomic* 6, no. 2 (2015): 16.
- Ajzen, Icek. "The Theory Of Planned Behavior: Frequently Asked Questions." *Hum Behav & Emerg Tech* 2 (2020): 314–24. <https://doi.org/10.1002/hbe2.195>.
- Anshori, Muslich, and Sri Iswati. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Surabaya: Airlangga University Press, 2017.
- Anwar, Iful, and Budhi Satrio. "Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian." *Jurnal Ilmu Dan Riset Mamajemen* 4, no. 12 (2018): 3.
- Apriliana, Eka Sri. "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Pakaian Syar'i (Studi Kasus Mahasiswi UIN Antasari Banjarmasin)." *Al-Istishadiyah* 5, no. 1 (2019): 19.
- Aptaguna, Angga, and Endang Pitaloka. "Pengaruh Kualitas Layanan Dan Harga Terhadap Minat Beli Jasa Go-Jek." *Widyakala* 3 (2016): 55.
- Ardianto, Khowin, and Lia Nurawati Fania Putri Nuriska. "Pengaruh Kepercayaan Dan Ulasan Produk Terhadap Minat Beli Ulang Emina Pada Official Store Shopee Di Kota Surabaya." *Jurnal Ilmiah Manajemen Ubhara* 2, no. 2020 (2AD): 65.
- Aria, Dinda, Evy Dayanti, Gab Rizki Tiwi M, Isti Sara, and Vicky F. Sanjaya. "Pengaruh Strategi Pengembangan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pasta Gigi Merek Pepsodent (Studi Pada Ibu Rumah Tangga)." *Assets* 10, no. 1 (2020): 18.
- Arif, Moh. Erfan. "The Influence of Electronic Word of Mouth (EWOM), Brand Image, and Price on Repurchase Intention of Airline Customer." *Journal of Applied Management* 17, no. 2 (2019): 347.
- Asnawi, Said Kelana, and Chandra Wijaya. *Riset Keuangan: Pengujian-Pengujian Empiris*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2005.

- Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia. "Laporan Survei Internet APJII 2019-2020 (Q2)." APJII, 2020. <http://apjii.or.id/survei>. .
- Bayanuloh, Ikhsan. *Marketing Syariah*. 1st ed. Yogyakarta: Deepublish, 2019.
- Bulmer, Martin. *Field Research Sourcebook and Manual Field*. London: Routledge, 2003.
- Cannon, Josep P., Jr. William D. Perreault, and E. Jerome Mc. Carthy. *Pemasaran Dasar Pendekatan Manajerial Global*. 16th ed. Jakarta: Salemba Empat, 2009.
- Damayanti, Rizka Sri. "Pengaruh Online Customer Review and Rating, E Service Quality, Dan Price Terhadap Minat Beli Pada Online Marketplace Shopee." *Prosiding 2nd Business and Economics Conference In Utilizing of Modern Techonolgy*, 2019, 689.
- Dewa, Chriswardana Bayu. "Pengaruh Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian Wisatawan Yogyakarta Pada Produk Oleh-Oleh Jogja Scrummy." *Manajemen* 8, no. 1 (2018): 3.
- Dewi, Ni Made Ari Puspita, and I Gde Kt. Warmika. "Peran Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Manfaat, Dan Persepsi Resiko, Terhadap Niat Menggunakan Mobile Commerce Di Kota Denpasar." *E-Jurnal Manajemen Unud* 5, no. 4 (2016): 2632.
- Evasari, Aprilia Dian. "Strategi Pemasaran Islami Dengan Media Sosial Untuk Meningkatkan Penjualan Produk." *Istithmar* 4, no. 1 (2020): 29.
- Faradila, Rt. Selli Nisrina, Harry Soesanto, and MMR. "Analisis Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan Dan Persepsi Manfaat Terhadap Minat Beli Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Pengunjung Toko Online Berrybenka . Com Di Kalangan Mahasiswa Universitas Diponegoro)." *Diponegoro Journal of Management* 5, no. 3 (2016): 10. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/management>.
- Firdaus, and Fakhry Zamzam. *Aplikasi Metodologi Penelitian*. 1st ed. Sleman: Deepublish, 2018.
- Foster, Bob, and Muhamad Deni Johansyah. "The Effect of Product Quality and Price on Buying Interest with Risk as Intervening Variables (Study on Lazada.Com Site User." *International Journal of Innovation, Creativity, and Change* 9, no. 12 (2019): 69.

Ghozali, Imam. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2006.

Habibah, Ikhwan Hamdani, and Santi Lisnawati. "Pengaruh Brand Image Dan Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah (Studi Pada Perempuan Muslim Di Kota Bogor)." *Iqtishoduna* 7, No. 2, (2018): 239. 7, no. 2 (2018): 239.

Hardani, Helmina Adriani, Jumari Ustiawati, Evi Fatmi Utami, Ria Rahmatul Istiqomah, Raushandy Asri Fardani, Dhika Juliana Sukmana, and Nur Hikmatul Auliya. *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*. Yogyakarta: CV. Pustaka Ilmu Group, 2020.

Hardani, Helmina Andriani, Jumari Ustiawati, Evi Fatmi Utami, Ria Rahmatul Istiqomah, Roushandy Asri Fardani, Dhika Juliana Sukmana, and Nur Hikmatul Auliya. *Metode Penelitian*. Edited by Husnu Abadi. 1st ed. Yogyakarta: CV. Pustaka Ilmu Group, 2020.

Ilmiyah, Khafidatul, and Indra Krishernawan. "Pengaruh Ulasan Produk, Kemudahan, Kepercayaan, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee Di Mojokerto." *Jurnal Manajemen* 6, no. 1 (2020): 33. <http://www.maker.ac.id/index.php/maker>.

Indrasari, Meithiana. *Pemasaran & Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: Unitomo Press, 2018.

Ismagilova, Elmira, Emma Slade, Yogesh K. Dwivedi, and Michael D. Williams. *Electronic Word of Mouth (Ewom) in The Marketing Context A State of the Art Analysis and Future Directions*. Switzerland: Springer International Publishing, 2017.

Janie, Dyah Nirmala Arum. *Statistik Deskriptif & Regresi Linier Berganda Dengan SPSS*. Semarang: Semarang University Press, 2012.

Japariato, Edwin, and Stephanie Adelia. "Pengaruh Tampilan Web Dan Harga Terhadap Minat Beli Dengan Kepercayaan Sebagai Intervening Variable Pada E-Commerce Shopee." *Jurnal Manajemen Pemasaran* 14, no. 1 (2020): 40. <https://doi.org/10.9744/pemasaran.14.1.35>.

Jaya, Indra. *Penerapan Statistik Untuk Penelitian Pendidikan*. Jakarta: Prenadamedia Group, 2019.

Joan, Leoni, and Tony Sitinjak. "Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan Dan

- Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Penggunaan Layanan Pembayaran Digital Go-Pay.” *Jurnal Manajemen* 8, no. 2 (2019): 30.
- Jogiyanto. *Sistem Teknologi Keperilakuan*. Yogyakarta: Andi, 2007.
- Junaidi, Azuar, Irfan, and Saprinah Manurung. *Metodologi Penelitian Bisnis Konsep & Aplikasi*. Medan: UMSU Press, 2014.
- Jusuf, Dewi Indriani. *Perilaku Konsumen Di Masa Bisnis Online*. Jakarta: Andi, 2018.
- Karlina, Siti, Nobelson, and Yuliniar. “Analisis Perbandingan Strategi Pemasaran Pada Toko Online (Studi Pada Shopee, Bukalapak, Lazada, Dan Tokopedia.” *Prosiding Biema* 1, no. 1 (2020): 702.
- Kertajaya, Hermawan, and Muhammad Syakir Sula. *Syariah Marketing*. Jakarta: Mizan, 2006.
- Khotimah, Khusnul, and Febriansyah. “Pengaruh Penggunaan, Kepercayaan Konsumen, & Kreativitas Iklan Terhadap Minat Beli Konsumen Online-Shop.” *Jurnal Manajemen Strategi Dan Aplikasi Bisnis* 1, no. 1 (2018): 25. <https://ejournal.imperiuminstitute.org/index.php/JMSAB%0A>.
- Kino. “Hijrah Bersama Sasha Pasta Gigi Halal.” PT.Kino Tbk, 2018. <http://www.kino.co.id/>.
- Kurniawati, Annisa Dwi. “Transaksi E-Commerce Dalam Perspektif Islam.” *El-Barqa* 02, no. 01 (2019): 105.
- Kusuma, Gede Wira, and Made Amanda Dewanti. “Faktor-Faktor Yang Menentukan Keputusan Pembelian Pasta Gigi Close Up Di Kota Singaraja.” *Seminar Nasional Riset Inovatif*, 2020.
- Lazada. “Lazada,” 2021. <http://lazada.co.id/shop/kino>.
- Lazada. “Main Landing Page_Press and Media-Lazada.” Lazada. Accessed April 12, 2021. <http://m.lazada.co.id/>.
- Mahyarni. “*Theory of Reasoned Action Dan Theory of Planned Behavior* (Sebuah Kajian Historis Tentang Perilaku).” *Jurnal Ekonomi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim-Riau*, 4, no. 1 (2013): 19. <https://doi.org/10.24014/jel.v4i1.17>.
- Maria Fitriah. *Komunikasi Pemasaran Melalui Desain Visual*,. Sleman: Deepublish, 2018.

- Muktafin, Elik Hari, and Emha Taufiq Luthfi. "Analisis Sentimen Pada Ulasan Pembelian Produk Di Marketplace Shopee Menggunakan Pendekatan *Natural Language Processing*." *Jurnal Eksplora Dan Informatika* 10, no. 1 (2020): 33. <https://doi.org/10.30864/eksplora.v10i1.390>.
- Munir, Moch Fatchul, Siti Saroh, and Dadang Krisdianto. "Pengaruh Foto Dan Ulasan Produk Terhadap Minat Beli Konsumen." *Jiagari* 8, no. 3 (2019): 181.
- Muslimin, Supriadi, Zainab, and Wardah Jafar. "Konsep Penetapan Harga Dalam Perspektif Islam." *Al-Azhar* 2, no. 1 (2020): 6.
- Mustofa, Imam. "Transaksi Elektronik (*E-Commerce*) Dalam Perspektif Fikih." *Jurnal Hukum Islam* 10, no. 2 (2012): 171. <http://e-journal.stain-pekalongan.ac.id/index.php/jhi>.
- Nofri, Okta, and Andi Hafifah. "Analisis Perilaku Konsumen Dalam Melakukan Oline Shopping Di Kota Makassar." *Jurnal Manajemen, Ide, Dan Inspirasi (MINDS)* 5, no. 1 (2018): 114. <http://journal.uin-alauddin.ac.id/index.php/minds>.
- Noor, Juliansyah. *Metodologi Penelitian Skripsi, Tesis, Disertasi, Dan Karya Ilmiah*. Jakarta: Kencana, 2011.
- Nurhayati, Siti. "Pengaruh Citra Merek, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian *Handphone* Samsung Di Yogyakarta." *JMBA IV*, no. 2 (2017): 61.
- Nurrahmanto, Prasetyo Agus, and Rahardja. "Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kenikmatan Berbelanja Pengalaman Berbelanja, Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Minat Beli Konsumen Di Situs Jual Beli *Online* Bukalapak.Com." *Diponegoro Journal of Management* 4, no. 2 (2015): 2. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr>.
- Parakkasi, Idris, and Kamirudin. "Analisis Harga Dan Mekanisme Pasar Dalam Perspektif Islam." *Laa Maysir* 5, no. 1 (2018): 112.
- Parakksi, Idris. *Pemasaran Syariah Era Digital*. 1st ed. Bogor: Lidan Bestari, 2020.
- Prathama, Frenky, and Laura Sahetapy. "Pengaruh Kemudahan Penggunaan Aplikasi Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen *E-Commerce* Lazada." *Agora* 7, no. 1 (2019): 1.

- Priansa, Donni Juni. "Pengaruh E-WOM Dan Persepsi Nilai Terhadap Keputusan Konsumen Untuk Belanja Online Di Lazada." *Ecodemica* IV, no. 1 (2016): 118.
- Purbohastuti, Arum Wahyuni, and Asmi Ayuning Hidayah. "Meningkatkan Minat Beli Shopee Melalui *Celebrity Endorser*." *Jurnal Bisnis Terapan* 4, no. 1 (2020): 39.
- Purnomo, Rochmat Aldy. *Analisis Statistik Ekonomi Dan Bisnis Dengan SPSS*. Ponorogo: CV. Wade Group, 2017.
- Putra, Aditya Halim Perdana Kusuma, Ahmad Ridha, and Ajmal Sa'ad. "*Celebrity Endorser* Pada Jejaring Sosial Instagram Untuk Menarik Minat Pembelian Calon Konsumen." *Jurnal Economic Resources* 1, no. 1 (2018): 88.
- Putra, I Komang Trisna Eka, I Putu Gde Sukaatmadja, and Ni Nyoman Kerti Yasa. "Perilaku Konsumen Mengonsumsi Beras Organik DiKota Denpasar Berdasar *Theory of Planned Behavior*" *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana* 5, no. 8 (2016): 2616.
- Putri, Yosie Anne. "Pengaruh Bauran Promosi Dan Gaya Hidup Terhadap Minat Beli Pada Kedai Kopi Serasi." *Jurnal Manajemen Strategi Dan Aplikasi Bisnis* 1, no. 2 (2019): 139. <https://ejournal.imperiuminstitute.org/index.php/JMSAB>.
- Rachmat, Dita Olivia Nurhayati, Maya Ariyanti, and Dinda Amanda Zuliestiana. "Pengaruh *Celebrity Endorser* Di Media Sosial Instagram Dalam Promosi Produk Hijab Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Kasus Pada Akun Instagram @zahratuljannah Dan @joyagh)." *E-Proceeding of Management* 3, No.3, (2016): 2864. 3, no. 3 (2016): 2864.
- Ranika, Desi, and Seanewati Oetama. "Pengaruh Selebgram *Endorse* Dan Harga Terhadap Minat Beli Pada *Onlineshop #msglowsampit*." *E-Jurnal Profit (Jurnal Penerapan Ilmu Manajemen Dan Kewirausahaan)* 6, no. 1 (2021): 42.
- Riyanto, Slamet, and Aglis Andhita Hatmawan. *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian Di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan, Dan Eksperimen*. Sleman: Deepublish, 2020.
- Romadloniyah, Alifatul Laily, and Dwi Hari Prayitno. "Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Daya Guna, Persepsi Kepercayaan, Dan Persepsi Manfaat Terhadap Minat Nasabah

- Menggunakan *E-Money* Pada Bank BRI Lamongan.” *Jurnal Penelitian Ekonomi Dan Akuntansi* III, no. 2 (2018): 701.
- Romla, Siti, and Alifa Rahnawati. “Keputusan Pembelian *E-Commerce* Melalui Kemudahan Penggunaan, Kualitas Informasi, Dan Kualitas Interaksi Layanan Web.” *Ekobis* 19, no. 1 (2018): 60.
- Rosadi, Aisyah Puteri, Asep Ramdan Hidayat, and Muhammad Yunus. “Tinjauan Etika Bisnis Islam Terhadap Etika *Endorser* Dalam Praktik *Endorsement* Di Media Sosial Instagram (Studi Kasus Pada *Endorser* Muslim Di Bandung).” *Prosiding Hukum Ekonomi Syariah* 5, no. 2 (2019): 294.
- Rumondang, Asri, Acai Sudirma, Samsider Sitorus Aditya Halim Perdana, Melda Manuhutu Adriasan Sudarso, Janner Simarmata, Dian Hasdiana Tasnim, and Nina Fapari Arif. *Pemasaran Digital Dan Perilaku Konsumen*. Jakarta: Yayasan Kita Menulis, 2020.
- Saraswati, Citra, Suharno, and Gusti Noorlitaria Achmad. “The Effect of Advertising Attractiveness and Celebrity Endorser on Brand Image and Buying Intention of Shampoo Pantene.” *Jurnal Ilmiah Manajemen* 8, no. 2 (2020): 217–19. <http://www.ejournal.pelitaindonesia.ac.id/ojs32/index.php/PROCU-RATIO/index>.
- Satria, Arief Adi. “Pengaruh Harga, Promosi, Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Perusahaan A-36.” *Performa* 2, no. 1 (2017): 47.
- Savitri, Nyoman Wisniari. “Pengaruh Celebrity Endorser, Dan Iklan Melalui Media Televisi Terhadap Minat Beli Pada Tokopedia Di Denpasar.” *E-Jurnal Manajemen Unud* 6, no. 8 (2017): 4236.
- Schimmelpfennig, Christian. “Who Is the Celebrity Endorser? A Content Analysis of Celebrity Endorsement.” *Journal of International Cosumer Marketing*, 2018, 1. <https://doi.org/https://doi.org/10.1080/08961530.2018.1446679>.
- Seni, Ni Nyoman Anggar, and Ni Made Dwi Ratnadi. “*Theory of Planned Behavior* Untuk Memprediksi Niat Berinvestasi.” *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana* 6, no. 12 (2017): 4048. <https://doi.org/10.24843/eeb.2017.v06.i12.p01>.
- Servanda, Intan Ratu, Putri Reno Kemala Sari, and Nova Adhitya Ananda. “Peran Ulasan Produk Dan Foto Produk Yang Ditampilkan

- Penjual Pada *Marketplace* Shopee Terhadap Minat Beli Pria Dan Wanita.” *Jurnal Manajemen Dan Bisnis* 2, no. 2 (2019): 71.
- Setiawan, Hendra. “Pengaruh Sikap Individu Terhadap Budaya Korea Pada Keputusan Pembelian : Minat Beli Terhadap Produk Merek Kosmetik Korea Sebagai Pemediasi.” *Jurnal Ekonomi Dan Ekonomi Syariah* 4, no. 2 (2021): 1148.
- Setiawan, Livya. “Pengaruh Celebrity Endorsement Terhadap *Purchase Intention* Dengan *Brand Awareness* Sebagai Variabel Mediasi Pada Produk Green Tea Exprecielo Allure.” *Jurnal Manajemen Pemasaran* 12, no. 1 (2018): 54.
<https://doi.org/10.9744/pemasaran.12.1.53>.
- Setyarko, Yugi. “Analisis Pengaruh Harga, Promosi, Kualitas Layanan, Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Secara *Online*.” *Jurnal Ekonomika Dan Manajemen* 5, no. 2 (2016): 134.
- Setyowati, Ratri. “Pengaruh Kesadaran Halal, Norma Subyektif Dan Percieved Behavioral Control Terhadap Minat Beli Produk Dunkin’ Donuts Di Kota Solo.” *Skripsi*, 2019.
- Shafira, Anastania, and Augusty Tae Ferdinand. “Analisis Pengaruh Celebrity Endorser Dan Keinovatifan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Serta Citra Merek Dan Nilai Utilarian Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Pengguna Provider Seluler XL Di Semarang).” *Diponegoro Journal of Management* 6, no. 3 (2017): 2.
- Shahnaz, Nanda Bella Fidanty, and Wahyono. “Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen Di Toko Online.” *Manajemen Analysis Journal*, 2016, 391.
- Sidharta, Iwan, and Boy Suzanto. “Pengaruh Kepuasan Transaksi *Online* Shipping Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Sikap Perilaku Konsumen Pada E-Commerce.” *Jurnal Computech & Bisnis* 9, no. 1 (2015): 24.
- Siyoto, Sandu, and Ali Sodik. *Dasar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Literasi Media Publishing, 2015.
- Solihin, and Welhendri Azwar. “*Sharia Customer Behavior*: Perilaku Konsumen Dalam Belanja Online.” *JEBI* 4, no. 1 (2019): 5.
- Sugiono. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2013.

- Suhardi, Dadang, and Rika Irmayanti. "Pengaruh *Celebrity Endorser* , Citra Merek , Dan Kepercayaan Merek Terhadap Minat Beli Konsumen." *Jurnal Inspirasi Bisnis & Manajemen* 3, no. 1 (2019): 60. <http://jurnal.unswagati.ac.id/index.php/jibm>.
- Suharyono. "Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Ekonomi Islam." *Al-Intaj* 4, no. 2 (2018): 314.
- Sujatmika, Fransiska Vania. "Pengaruh Harga, Ulasan Produk, Kemudahan, Dan Keamanan Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Di Tokopedia.Com." *Agora* 5, no. 1 (2017): 1.
- Supriadi. *Konsep Harga Dalam Ekonomi Islam*. Bogor: Guepedia, 2018.
- Suryadi, Dede. "Sasha Menyeruak Di Tengah Dominasi Raksasa Pasta Gigi." Accessed April 16, 2021. <https://www.dedesuradi.com/>.
- Suryani, and Hendryadi. *Metode Riset Kuantitatif Teori Dan Aplikasi Pada Penelitian Bidang Manajemen Dan Ekonomi Islam*. Jakarta: Prenada Media Group, 2015.
- Susanti, Dewi Sri, Yuana Sukmawaty, and Nur Salam. *Analisis Regresi Dan Korelasi*. Malang: CV. IRDH, 2019.
- Sutanto, Monica Adhelia, and Atik Aprianingsih. "*The Effect of Online Consumer Review Toward Purchase Intention : A Study in Premium Cosmetic in Indonesia.*" *International Conference on Ethics OfBusiness, Economics, and Social Science*, 2016, 220.
- Sutopo, Eng. Yeri, and Achmad Slamet. *Statistik Inferensial*. Yogyakarta: CV. Andi Offset, 2017.
- Suyono. *Analisis Regresi Untuk Penelitian*. Yogyakarta: Deepublish, 2018.
- Suyoto, Sandu, and M. Ali Sodik. *Dasar Metodologi Penelitian*. Sleman: Literasi Media Publishing, 2015.
- Taan, Hapsawati. "Kemudahan Penggunaan Dan Harga Terhadap Minat Beli Online Konsumen." *E-Journal Ekonomi Bisnis Dan Akuntansi* 8, no. 1 (2021): 94.
- TOP Brand Awards. "Pasta Gigi Fase 1 2020." TOP Brand Award, 2020. <https://www.topbrand-award.com/en/2020/01/psta-gigi-fase-1-2020/>.
- Utarsih, Henny. "Pengaruh Celebrity Endorser Terhadap Minat Bel Kartu

- As (Studi Kasus Pada Penduduk Bandung).” *Jurnal Ilman* 1, no. 2 (2014): 106.
- Wati, Lina Asmara, and Mimit Primyastanto. *Ekonomi Produksi Perikanan Dan Kelautan Modern Teori Dan Aplikasinya*. Malang: UB Press, 2018.
- Widiarti, Aniek, and Ati Yulia. “Pengaruh *Reviews Online* Terhadap Minat Beli Pada Aplikasi Shopee.Co.Id Melalui Kebutuhan Kognisi (Survei Pada Sekolah Menengah Kejuruan Gama Tangerang).” *Jipis* 28, no. 2 (2019): 41.
- Wikamorys, Dian Anggraini, and Thinni Nurul Rochmach. “Aplikasi *Theory Of Plannred Behavior* Dalam Membangkitkan Niat Pasien Untuk Melakukan Operasi Katarak.” *Jurnal Administrasi Kesehatan Indonesia* 5, no. 1 (2017): 32–40.
- Wirayanthi, Noverita, and Singgih Santoso. “Pengaruh Harga, Citra Merek Dan Kualitas Terhadap Minat Beli Produk *Private Label*.” *Jurnal Riset Manajemen & Bisnis Dewantara* 2, no. 1 (2019): 94.
- Zulaicha, Santri, and Rusda Irawati. “Pengaruh Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Morning Bakery Batam.” *Inobiz* 4, no. 2 (2016): 124.