

DAFTAR PUSTAKA

- Ardianti, Citra. Dkk. “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 Ekonomi Dan Bisnis*. Vol. 3 No. 2 (2020). - 17 Februari 2021 - <http://www.jurnal.uts.ac.id/index.php/jmb/article/view/796/547>.
- Arifin, Rita Wahyuni. “Peran Facebook Sebagai Media Promosi Dalam Mengembangkan Industri Kreatif”. *Bina Insani ITC Journal*. Vol. 2 No. 2 (2015). - 15 April 2021 - <https://Media.Neliti.Com/Media/Publications/234342-Peran-Facebook-Sebagai-Media-Promosi-Dal-571b0523.Pdf>.
- Arikunto, Suharsimi. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, Jakarta: Rineka Cipta, 2014.
- Assauri, Sofyan. *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2002.
- Astuti, Miguna dan Agni Rizkita Ananda. *Pengantar Manajemen Pemasaran*, Sleman: Deepublish, 2020.
- Bawono, Adhi. Dkk. “Pengaruh Perilaku Konsumen, Brand Image dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Online pada Situs Belanja Online (Studi Kasus Pada Situs Belanja Online XYZ)”. *Jurnal Pengabdian dan Kewirausahaan*. Vol. 2 No.2 (2018). - 8 Februari 2020 - <https://journal.ubm.ac.id/index.php/pengabdian-dan-kewirausahaan/article/view/1366>.
- Bungin, Burhan. *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Komunikasi Ekonomi Dan Kebijakan Publik Serta Ilmu-ilmu Sosial Lainnya Edisi Kedua*, Kencana: Jakarta, 2017.
- Butarbutar, Marisi. Dkk. *Manajemen Pemasaran: Teori Dan Pengembangan*, Surakarta: Yayasan Kita Menulis, 2020.
- Cannon, Joseph P. *Pemasaran Dasar Edisi 16 Pendekatan Manajerial Global Terj. Afria R Fitriati Dan Ria Cahyani*, Jakarta: Salemba Empat, 2008.
- Dewa, Chriswardana Bayu. “Pengaruh Celebrity Endorser terhadap Keputusan Pembelian Wisatawan Yogyakarta

- pada Produk Oleh-oleh Jogja Scrummy”. *Jurnal Manajemen* 8, No. 1, (2018), 1-9. Diakses pada 17 Februari 2021. <http://jurnalfe.ustjogja.ac.id/index.php/manajemen/article/view/539>
- Dewi, Retry Nanda Tiara. “Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Dan Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Melalui Minat Beli Sebagai Variabel Intervening”. *Ejurnal Administrasi Bisnis*. Vol. 7 No. 4 (2019). - 9 November 2020 - https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&cad=rja&uact=8&ved=2ahUKEwjpruCq3_XsAhXulEsFHT1dDwoQFjABegQIBBAC&url=https%3A%2F%2Fcore.ac.uk%2Fdownload%2Fpdf%2F268076193.pdf&usg=AOvVaw27wg5jMBpnYwmyMi2BvFeW.
- DH, Basu Swastha. *Manajemen Penjualan*, Yogyakarta: Penerbit BPFE, 2006.
- Facebook Newsroom. “Founder Bios”. *Web Resmi Facebook*. - 30 Maret 2021 - <https://newsroom.fb.com/founder-bios/>.
- Facebook Newsroom. “Our History”. *Web Resmi Facebook* - diakses pada 30 Maret 2021 - <https://newsroom.fb.com/company-info/>.
- Fatriana, Erresalia dkk. “Pengaruh *Brand Image* terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone* Andorid Samsung di Kota Palembang”. *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis dan Terapan*, No. 1, (2016), 1-8. Diakses pada 17 Februari 2021. <https://core.ac.uk/reader/267823730>
- Firmansyah, M Anang. *Pemasaran: Dasar Dan Konsep*, Surabaya:Qiara Media, 2019.
- Firmansyah, M. Anang. *Pemasaran Produk Dan Merek (Planning & Strategy)*, Pasuruan: Qiara Media, 2019.
- Firmansyah, M. Anang. *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)*, Yogyakarta: CV. Budi Utama, 2018.
- Ghazali, Miliza. *Buat Duit Dengan Facebook dan Instagram : Panduan Menjana Pendapatan dengan Facebook dan Instagram*, Malaysia: Publishing House, 2016.
- Ghozali, Imam. *Aplikasi Analisis Manajemen Dengan Program IBM SPSS 21*, Semarang: Badan Penerbit Undip, 2005.
- Gitosudarmo, Indriyo. *Manajemen Pemasaran Edisi Pertama*, Yogyakarta: BPFE-yogyakarta, 1997.

- Halim, Nico Rifanto. Dan Donant Alananto Iskandar. “Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Persaingan Terhadap Minat Beli”. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*. Vol. 4 No. 3 (2019). - 17 Februari 2021 - <http://jrmb.ejournal-feuniat.net/index.php/JRMB/article/view/291>.
- Harahap, Dedy Ansari. “Analisis Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen Di Pajak Usu (PAJUS) Medan”. *Jurnal Keuangan Dan Bisnis*. Vol. 7 No. 3 (2015). - 7 Februari 2020 - https://www.researchgate.net/publication/314283848_Analisis_FaktorFaktor_Yang_Mempengaruhi_Keputusan_Pembelian_Konsumen_Di_Pajak_USU_Pajus_Medan.
- Haronlineni. Dkk. *E-Commerce: Suatu Pengantar Bisnis Digital*, Surakarta: Yayasan Kita Menulis, 2020.
- Haryanto, Agus Tri. “Pengguna Aktif Medsos RI 170 Juta, Bisa Main 3 Jam Sehari”. *DetikInet, Cyberlife*. 23 Februari 2021. - 15 April 2021 - <https://inet.detik.com/cyberlife/d-5407834/pengguna-aktif-medsos-ri-170-juta-bisa-main-3-jam-sehari>.
- Hidayati, Nurul dkk. “Analisis Pengaruh Kualitas Layanan dan Nilai Pelanggan terhadap Citra Merek dalam Meningkatkan Minat Mereferensikan (Studi Kasus Pada Rawat Inap RSUD Ungaran)”. *Diponegoro University* (2016), 1-13. Diakses Pada Tanggal 17 September 2021. <http://eprints.undip.ac.id/51182/>
- Indrasari, Meithiana. *Pemasaran Dan Kepuasan Pelanggan*, Surabaya: Unitomo Press, 2019.
- Insani, Cerysa Nur. “Pemanfaatan Insta Story Dalam Aktivitas Jurnalistik Oleh Majalah Gadis”. *Kajian Jurnalisme*. Vol 3 No. 1 (2019). - 15 April 2021 - <https://jurnal.unpad.ac.id/2Fkajian-jurnalisme%2Farticle%2Fdownload%2F22453%2F11019&usg=AOvVaw3GXoo6ki0PXTM956SYiE3O>.
- J, Supranto. *Statistik Untuk Pemimpin Berwawasan Global, Edisi 2*, Jakarta: Salemba Empat, 2007.
- Jemadu, Liberty dan Dicky Prastya. “Jumlah Pengguna Facebook Indonesia Tembus 140 Juta di 2020”. *Suara.com. Tekno*. 23 Februari 2021. - 15 April 2021. <https://www.suara.com/tekno/2021/02/23/175736/ju>

- mlah-pengguna-facebook-indonesia-tembus-140-juta-di-2020.
- Kalangi, Natalia Junni Dkk. “Pengaruh *Celebrity Endorser* Dan *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian Shampo Clear”. *Jurnal Administrasi Bisnis* 8, No. 1 (2019), 46. Diakses pada 7 Februari 2020, <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/jab/article/view/23499>
- Kalangi, Natalia Junni. Dkk. “Pengaruh *Celebrity Endorser* Dan *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian Shampo Clear”. *Jurnal Administrasi Bisnis*. Vol. 8 No. 1 (2019). - 7 Februari 2020 - <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/jab/article/view/23499>.
- Kuncoro, Mudrajad. *Metode Kuantitatif Teori dan Aplikasi untuk Bisnis dan Ekonomi*, Yogyakarta: UPP AMP YKN, 2001.
- Lubis, Akrim Ashal. “Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Surat Kabar Pada PT. Suara Barisan Hijau Harian Orbit Medan”. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis* 16, No. 2, (2015), 1-11. Diakses pada 17 Februari 2021. <http://jurnal.umsu.ac.id/index.php/mbisnis/article/view/949/893>
- Mandagi, Viani AL dkk. “Pengaruh *Brand Image* terhadap Keputusan Pembelian *Handphone* Samsung Andorid di Gerai IT Center Manado”. *Jurnal Administrasi Bisnis* 6, No. 4, (2018), 54-61. Diakses pada 17 Februari 2021. <http://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/jab/article/view/21089>
- Masrukhin. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, Kudus: IAIN Kudus, 2009.
- Miranda, Sofia. “Pengaruh Instagram Sebagai Media Online Shopping Fashion Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswi”. *JOM FISIP*. Vol. 4 No. 1 (2017). - 13 Oktober 2020 - <https://media.neliti.com/media/publications/118440-ID-none.pdf>.
- Muham, Shara Natisa. “Penggunaan Selebgram (*Celebrity Endorser* Instagram) dalam Promosi Produk MD Clinic by MD Glowing Skin”. *Jurnal Desain*. Vol. 6 No. 3 (2019). -

- 7 Februari 2020 -
https://journal.lppmunindra.ac.id/index.php/Jurnal_Desain/article/view/3430.
- Nggilu, Monica dkk. “Pengaruh *Viral Marketing*, *Celebrity Endorser* dan *Brand Awareness* terhadap Keputusan Pembelian pada Geprek Benu Manado”. *Jurnal EMBA* 7, No. 3, (2019), 2691-2700. Diakses pada 17 Februari 2021. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/23720/23376>
- Nofri, Okta. dan Andi Hafifah. “Analisis Perilaku Konsumen dalam Melakukan Online Shopping Kota Makassar”. *Jurnal Manajemen, Ide, Inspirasi (MINDS)*. Vol. 5 No. 1 (2018). - 8 Februari 2020 - <http://journal.uin-alaudidin.ac.id/index.php/minds/article/view/5054>.
- Nurhaidah dan M. Insyah Musa. “Dampak Pengaruh Globalisasi Bagi Kehidupan Bangsa Indonesia”. *Jurnal Pesona Dasar*. Vol. 3 No. 3 (2015) - 21 September 2020 - <http://www.jurnal.unsyiah.ac.id/PEAR/article/download/7506/6178>.
- Ofela, Hana. “Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Kebab Kingabi”. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*. Vol. 5 No. 1 (2016). - 7 Februari 2020 - <http://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jirm/article/view/42>.
- Pradana, Mahir. “Klasifikasi Bisnis E-commerce Di Indonesia”. *MODUS*. Vol. 27 No. 2 (2015). - 8 Februari 2020 - <https://ojs.uajy.ac.id/index.php/modus/article/view/554/580>.
- Pradana, Mahir. “Klasifikasi Jenis-jenis Bisnis E-Commerce di Indonesia”, *Jurnal Neo-bis*. Vol. 9 No. 2 (2015). - 8 Februari 2020 - <https://journal.trunojoyo.ac.id/neobis/article/view/1271/1095>.
- Prasetyo, Bambang dan Lina Miftahul Jannah. *Metode Penelitian Kuantitatif Teori dan Aplikasi*, Jakarta: Rajawali Pers, 2010.
- Priyatno, Duwi. *SPSS 22 Pengelola Data Terpraktis*, Yogyakarta: Andi, 2014.

- Ramadhan, Fadli Harisa. "Pemanfaatan Media Sosial Instagram Akun @Mr.Creampuff Sebagai Promosi dalam Meningkatkan Penjualan". *JOM FISIP*. Vol. 4 No. 2 (2017). - 15 April 2015 - <https://Media.Neliti.Com/Media/Publications/201101-None.Pdf>.
- Rizal, Achmad. *Buku Ajar Manajemen Pemasaran Di Era Masyarakat Industri 4.0*, Sleman: Deepublish, 2020.
- Runtuwu, Johannes Gerardo Dkk. "Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengguna Cafe dan Resto Cabana Manad." *Jurnal EMBA.2* No.3 (2014), 1807. Diakses pada 17 Februari 2021. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/5973/5492>
- Runtuwu, Johannes Gerardo. Dkk. "Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengguna Cafe dan Resto Cabana Manado". *Jurnal EMBA*. Vol. 2 No.3 (2014). - 17 Februari 2021 - <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/5973/5492>.
- Rustam, Muhammad. "Internet dan Penggunaannya (Survey di Kalangan Masyarakat Kabupaten Takalar Provinsi Sulawesi Selatan)". *Jurnal Studi Komunikasi dan Media*. Vol. 21 No. 1 (2017). - 14 September 2020 - <https://media.neliti.com/media/publications/196607-ID-internet-dan-penggunaannya-survei-di-kal.pdf>.
- Sani, Achmad. *Metodologi Riset Sumber Daya Manusia*, Malang: UIN Maliki Pers, 2010.
- Siagian, Dergibson dan Sugiarto. *Metode Statistika Untuk Bisnis dan Ekonomi*, Jakarta : PT.Gramedia Pustaka Utama, 2006.
- Simamora, Bilson. *Memenangkan Pasar Dengan Pemasaran Efektif Dan Profitabel*, Jakarta: Gramedia, 2003.
- Soewito, Yudhi. "Kualitas Produk, Merek, dan Desain Pengaruhnya terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yanaha Mio". *Jurnal EMBA* 1, No.3 (2013), 218-229. Diakses pada 8 Februari 2020, <https://journal.ubm.ac.id/index.php/pengabdian-dankewirausahaan/article/view/136>

- Sudarso, Andriansah. Dkk. *Manajemen Merek*, Medan: Yayasan Kita Menulis, 2020.
- Sudjatmika, Fransiska Vania. “Pengaruh Harga, Ulasan Produk, Kemudahan, dan Keamanan terhadap Keputusan Pembelian secara Online di Tokopedia.com”. *Agora* 5, No. 1, (2017), 1-7. Diakses pada 17 Februari 2021. <http://publication.petra.ac.id/index.php/manajemen-bisnis/article/view/5227/4814>
- Sugiyono. *Metode Penelitian Bisnis*, Alfabeta: Bandung, 2012.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta, 2018.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif dan R&D*, Bandung: Alfabeta, 2012.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, Bandung: Alfabeta, 2017.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Pendidikan*, Bandung : CV Alfabeta, 2010.
- Sugiyono. *Metode Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, Bandung: Alfabeta, 2016.
- Sugiyono. *Statistika Untuk Penelitian*, Bandung: Alfabeta, 2006.
- Suharso, Pugh. *Metode Penelitian Kuantitatif Untuk Bisnis*, Jakarta: PT Indeks, 2009.
- Sujianto, Agus Eko. *Aplikasi Statistik dengan SPSS 16.0*, Jakarta: PT Prestasi Pustakaraya, 2009.
- Suliyanto. *Metode Riset Bisnis*, Jakarta: ANDI, 2009.
- Sumarwan, Ujang. Dkk. *Pemasaran Strategik Perspektif Perilaku Konsumen Dan Marketing Plan*, Bogor: IPB Press, 2015.
- Triyaningsih, SL. “Dampak Online Marketing Melalui Facebook Terhadap Perilaku Konsumtif Masyarakat”. *Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan*. Vol. 11 No. 2 (2011). - 13 Oktober 2020 - <https://media.neliti.com/media/publications/23338-ID-dampak-online-marketing-melalui-facebook-terhadap-perilaku-konsumtif-masyarakat.pdf>.
- UCC Undip Career Center. *PT. Hwa Seung Indonesia* - 15 April 2021. <https://uccareer.id/detail/company/422/pt-hwaseung-indonesia>.
- Umar, Husein. *Research Methods in Finance and Bankin*, Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2000.
- Widiyanto, Ibnu dan Sri Lestari Prasiliwati. “Perilaku Pembelian Melalui Internet”, *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*.

- Vol. 17 No. 2 (2015). - 14 September 2020 -
<https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&ved=2ahUKEwidoozTkOnrAhVDXSsKHUshA-0QFjAAegQIBBAB&url=http%3A%2F%2Fjurnalmanajemen.petra.ac.id%2Findex.php%2Fman%2Farticle%2Fview%2F19345%2F18828&usg=AOvVaw2lQCRbZhNWR9qI87OB9ZCy>
- Widya N, Agustina Ayu dan Saino. “Pengaruh Penggunaan Tokoh Politik (Dahan Iskan) sebagai Endorser terhadap Minat Pembelian Produk Tolak Angin (Studi pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Unesa)”. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga* 2, No. 3 (2014), 1-11. Diakses pada 7 Februari 2020, <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/jptn/article/download/9511/9402>
- Wijaya, Tony. *Metodologi Penelitian Ekonomi dan Bisnis Teori dan Praktik, Edisi pertama*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2013.
- Wilson, Nicholas. “Analisis Pengaruh Dimensi Celebrity Endorser Terhadap Kesadaran Merek Dan Intensi Pembelian: Studi Kasus Pada Sektor Chinese-brand Smartphone Di Indonesia”. *DeReMa(Development Of Research Management):Jurnal Manajemen*. Vol. 15 No. 1 (2020). - 8 Februari 2021 -
<https://ojs.uph.edu/index.php/DJM/article/view/2248>.