DAFTAR PUSTAKA

Akuba, Rusthamrin Haris. 2015. *Presiden Buatan Manusia: Memenangkan Pemilihan Presiden, Pemilihan Legislatif dan Pemilihan Kepala Daerah dengan Pemasaran Politik.* Yogyakarta: Deepublish.

Arifin, Johar. 2008. *Statistik Bisnis Terapan dengan Microsoft Excel 2007*. Jakarta: Elex Media Komputindo.

Bungin, Burhan. 2005. *Metode Penelitian Kuantitatif Komunikasi, Ekonomi, dan Kebijakan Publik serta Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: Kencana.

D, Handi Irawan. 2004. *Smarter Marketing Moves: Membangun Keunggulan Melalui Informasi, Komunikasi dan Produk.* Jakarta: Elex Media Komputindo.

Fajri, Eem Zul dan Ratu Aprilia Senja. TT. *Kamus Lengkap Bahasa Indonesia*. Jakarta: Difa Publisher.

Firmansyah, M. Anang. 2019. *Pemasaran Produk dan Merek (Planning & Strategy)*. Jawa Timur: Qiara Media.

Gunawan, Ce. 2018. *Mahir Menguasai SPSS (Mudah Mengolah Data dengan IBM SPSS Statistic 25*. Yogyakarta: Deepublish.

Hafisa, Dinda Yulia. 2018. *Pengaruh Celebrity Endorser terhadap Minat Beli Produk Kosmetik Halal "WARDAH" (Studi pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia).* Yogyakarta: UII.

Halakrispen, Sunnaholomi. 2015. Pengaruh Fotografi Pemandangan Teluk Kiluan Lampung: *Jurnal Seni, Desain, Komunikasi*. Vol. 1 No. 1.

Heda, Naufal Savero Rakha. 2017. *Pengaruh Celebrity Endorser dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian Shampo (Studi Kasus pada Merek Clear)*. Yogyakarta: UNY.

Kasali, Rhenald. 2007. *Membidik Pasar Indonesia Segmentasi, Targeting dan Positioning*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

Kusuma, Aditya Halim Perdana dkk. 2020. *Brand Managemen: Esensi, Posisi, dan Strategi*. Medan: Yayasan Kita Menulis.

Nurhayati dan Deni Sunaryo. 2019. *Strategi Pemasaran Kontemporer*. Serang: Qiara Media Partner.

Permatasari, Berlintina. 2019. Pengaruh Daya Tarik, Kepercayaan, dan Keahlian Celebrity Endorser terhadap Keputusan Pembelian: *Jurnal Technobiz*. Vol. 3 No. 6.

Prabowo, Yanuar Widi dkk. 2014. *Pengaruh Celebrity Endorser terhadap Minat Beli (Survei pada Pengunjung 3Second Store di Jalan Soekarna Hatta Malang).* Malang: Universitas Brawijaya.

Pratiwi, Andi Lina. 2016. *Pengaruh Celebrity Endorser terhadap Minat Beli Pengguna Media Sosial Instagram (Studi pada Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi)*. Makasar: UIN Alauddin.

Qanita, Arifa. 2018. Analisis Pengaruh Iklan, Celebrity Endorser, dan Citra Merek terhadap Minat Beli Wardah Kosmetik (Survei pada Calon Konsumen Wardah Kosmetik Komplek Pondok Pesantren Mulungan Wetan, Mlati, Sleman, DIY): *Jurnal Ekobis Dewantara*. Vol. 1 No. 8.

Rangkuti, Freddy. 2004. *Flexible Marketing*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

Riyanto, Slamet dan Aglis Andhita Hatmawan. 2012. *Metode Riset Penelitian Kuantitatif di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan dan Eksperimen*. Yogyakarta: Deepublish.

Saleh, Muhammad Yusuf dan Miah Said. 2019. *Konsep dan Strategi Pemasaran*. Makasar: Sah Media.

Salim, Joko. 2010. *Step By Step Internet Promotion*. Jakarta: Elex Media Komputindo.

Shahnaz, Nanda Bella Fidanti dan Wahyono. 2016. Faktor yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen di Toko Online: *Management Analysis Journal*. Vol. No.

Savitri, Nyoman Wisniari. 2017. Pengaruh Celebrity Endorser dan Iklan Melalui Media Televisi terhadap Minat Beli pada Tokopedia di Denpasar: *Jurnal Management Unud.* Vol. 6 No. 8.

Sintani, Laurencia. 2016. Pengaruh Penggunaan Celebrity Endorser Isyana Saravati dalam Iklan "Isyana vs Gangster" terhadap Brand Awareness Masyarakat Surabaya: *Jurnal E-Komunikasi*. Vol.4 No. 1.

Siregar, Syofian. 2014. *Statistik Parametrik untuk Penelitian Kuantitatif: Dilengkapi dengan Perhitungan Manual dan Aplikasi SPSS Versi 17*. Jakarta: Bumi Aksara.

Subagiyo, Rokhmat. 2017. *Metode Penelitian Ekonomi Islam Konsep dan Penerapan*. Jakarta: Alim Publising.

Sujarweni, V. Wiratna. 2014. *SPSS Unruk Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.

Sujianto, Agus Eko. 2009. *Aplikasi Statistik dengan SPSS 16.0.* Jakarta: Prestasi Pustaka.

Sulasno dkk. 2020. Local Wisdom Of Sugar Palm Farmers In Cijaku Subdistrict (Between Traditions and Economic Demand): *Literatur Journal*. Vol. 1 No. 1.

Suryadi, Cindi Ekaputri. 2018. *Pengaruh Celebrity Endorser terhadap Minat Beli Konsumen (Studi pada Mahasiswa Pendidikan IPS UIN Syarif Hidayatullah Jakarta)*. Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah.

Suyono. 2018. *Analisis Regresi untuk Penelitian.* Yogyakarta: Deepublish.

Umar, Husein. 2008. *Strategic Management in Action.* Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

Unaradjan, Dominikus Dolet. 2019. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Universitas Katolik Indonesia Atma Jaya.

Utarsih, Henny. 2014. Pengaruh Celebrity Endorser terhadap Minat Beli Kartu AS (Studi Kasus pada Penduduk Bandung): *Jurnal ILMAN*. Vol. 1 No. 2.

Yuliani, Isma. 2019. *Pengaruh Belanja dan Investasi terhadap Kemandirian dan Pertumbuhan Ekonomi Daerah*. Ponorogo: Uwais Inspirasi Indonesia.

Zain, Muhammad. 2016. *Pengaruh Celebrity Endorser Store Atmosphere dan Harga terhadap Keputusan Pembelian*. Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah.

Z, Irsad. 2010. *Analisis Marketing Mix (Product, Price, Promotion, dan Place) yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan Pengguna Operator ESIA (Studi Kasus pada Masyarakat Ciputat Timur).* Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah.