

DAFTAR PUSTAKA

- A. Shimp, Terence. 2003. *Periklanan Promosi Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran*. Edisi Kelima Jilid I. Jakarta. Erlangga
- Adabi, Nadhril. "Pengaruh citra merek, kualitas pelayanan dan kepercayaan konsumen terhadap keputusan pembelian indihome di witel telkom depok." *Jurnal Manajemen* 12, no. 1 (2020): 32-39.
- Ainul, Yaqin Hamdani. 2016. *Pengaruh Variabel-Variabel Marketing Mix Syariah Terhadap Trust dan Keputusan Pembelian Jasa Perjalanan Ibadah Pada Kbh Nurul Haramain Probolinggo*. (Jember: Universitas Jember)
- Alma, Rosaria Abetha. Dkk. "Pengaruh Celebrity Endorser, Testimoni, Kualitas Pelayanan Terhadap Kepercayaan Konsumen di Instagram". *Economic Education And Entrepreneurship Journal*. Vol. 3. No. 2. 2020. 1-8
- Al-Quran Surat An-Nahl 91 Al-Quran Yayasan Penyelenggara Penerjemah dan Penafsir Al-Quran. 1991. *Al-Quran dan Terjemahannya*. Jakarta. Departemen Agama RI. PT. Toha Putra
- Anah, Isti. M. Kholil Nawai. Syarifah Gustiawati. "Pengaruh Sharia Marketing Mix Terhadap Kepercayaan Pelanggan dan Keputusan Pembelian Pada Online Shop Tiws.id". *An-Nisbah: Jurnal Ekonomi Syariah*. Vol. 5. No. 1. 2018. 276-296
- Andayani, Endah. Rahayu Triastity. Dkk. 2016. "Analisis Pengaruh Kreativitas Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Selular As Dengan Celebraty Endorser Sebagai Variabel Moderasi", *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan* Vol. 16 No. 1 Maret. Surakarta. Universitas Slamet Riyadi
- Anjani, Kd Puspita Dwi. I. Gusti Ayu Wimba. dan Gede Agus Dian Maha Yoga. "Pengaruh Kepercayaan Konsumen Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada PT. Warisan Eurindo Di Dalung, Kerobokan, Kedonganan." *WidyaAmrita: Jurnal Manajemen, Kewirausahaan dan Pariwisata* 1, no. 1 (2021): 115-125
- Arief, Kurniawan Muhammad. 2017. *Pengaruh Celebrity Endorser Terhadap Kepercayaan Konsumen dan Dampaknya Pada Minat Beli Konsumen di Online Shop (Studi Kasus Pada Konsumen Online Shop Els Beauty Yogyakarta)*. (Yogyakarta: Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Yayasan Keluarga Pahlawan Yogyakarta)

- Arikunto. 2002. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, Edisi Revisi V. Jakarta. Rineka Cipta
- Arni, Petronia Susanti dan Dewi Nuraini. "Pengaruh Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian dengan Kepercayaan Konsumen Sebagai Variabel Mediasi Pada Pelanggan Skincare Ms Glow di Surabaya". *Insight Managemen Journal*. Vol. 3 No. 1. 2022. 22-30
- Assauri, Sofyan. 2004. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta. Rajawali Press
- Aulia, Anas Ahmad dan Tri Sudarwanto, "Pengaruh Ceebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian di Eiger Store Royal Plaza Surabaya, *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, Vol. 8, No. 3, 2020
- Aziz, Abd. Dkk. 2012. *Pedoman Penyusunan Skripsi*. Tulungagung STAIN Tulungagung
- Daryanto. 2001. *Manajemen Pemasaran*. Cetakan ke-1. Bandung. PT. Sarana Tutorial Nurani Sejahter
- Dewa, Chriswardana Bayu. "Pengaruh *Celebrity Endorser* Terhadap Keputusan Pembelian Wisatawan Yogyakarta Pada Produk Oleh-Oleh Jogja Scrummy", *Jurnal Manajmen*, Vol. 8, No. 1, 2018
- Dianka, Ananda Astri. "Peforma e-Commerce: Shopee, Si Paling Laris Tahun ini", TrenAsia. Publikasi 6 September 2021. <https://www.trenasia.com/performa-e-commerce-shopee-si-paling-laris-tahun-ini>
- Fifyanita G. 2016. "Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Pembeli Produk Bandeng Juwana Elrina Semarang)". *Journal Of Management*. Vol . 1. Nomor 2. Semarang : Undip
- Ghozali, Imam. 2005. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang. BP Universitas Diponegoro
- Gunara, Tharik dan Utus Hardiono Sudibyo. 2007. *Marketing Muhammad*. Bandung. Madani Prima
- Halik, Abdul. Pengaruh Bauran Jasa, Kualitas Layanan dan Nilai Religiulitas Terhadap Kepercayaan Nasabah dan Implikasinya Pada Komitmen Nasabah Bnk Umum Syariah di Wilayah Gerbang Kertasusila Jawa Timur", *Jurnsl Hasil Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat Universitas 17 Agustus 195 Surabaya*, Vol. 1, No. 1, 2016, 123-148

- Harinaldi. 2005. *Prinsip-Prinsip Statistik untuk Teknik dan Sains*. Jakarta. Penerbit Erlangg
- Huda, Nurul, dkk. 2017. *Pemasaran Syariah Teori dan Aplikasi*. Depok. Kencana
- Husein Umar, Husein. 2003. *Metode Riset Perilaku Konsumen Jasa*. Bogor. Ghalia Indonesia
- Husein Umar, Husein. 2014. *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. Edisi 2 Cetakan 13. Jakarta. Rajawali Pers
- I Djakarta, Deka. 2017. *Pengaruh Marketing Mix terhadap Keputusan Pebelian*. Semarang. Skripsi Universitas Diponegoro
- Ibrahim, Malik dan Mufti Afif. 2020. "Pengaruh Motivasi dan *Marketing Mix* Islami Terhadap Kepuasan Pembelian (Studi Kasus Waroeng Spesial Sambal SS Muntilan Jawa Tengah)". *Junal of Islamics and Philantropy (JIEP)*. Vol. 03. No. 03
- Iskandar, Dani dan Muhammad Bahari Nasution, "Analisis Pengaruh Kepercayaan, Keamanan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian pada Online Shop Lazada (Studi Kasus Pada Mahasiswa/i FEB UMSU)" *Prosiding Seminar Nasional Kewirausahaan*, Vol. 1, No. 1 2019, 128-137
- Ismanto, Kuart. 2009. *Manajemen Syariah: Implementasi TMQ dalam Lembaga Kauangan Syariah*. Yogyakarta. Pustaka Pelajar
- Istiqomah, Zainul Hidayat dan Ainun Jariah. "Analisis pengaruh kepercayaan, iklan dan persepsi resiko terhadap keputusan pembelian di situs Shopee di Kota Lumajang." In *Progress Conference*, vol. 2, no. 1, pp. 557-563. 2019.
- Jasfar, Farida. 2009. *Manajemen Jasa Pendekatan Terpadui*. Bogo. Ghalia Indonesia
- Kalangi, Natalia Junni dkk. "Pengaruh *Celebrity Endorse* dan *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian Shampoo Clear", *Jurnal Administrasi BisnisI*, Vol 8, No. 1, 2019
- Koesworodjati, Yudhi. 2006. *Prinsip Dasar Manajemen Pemasaran*. Bandung. FE UNPAS
- Kotler, Philip dan Garry Armstrong. 2008. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Edisi 12 Jilid 1. Jakarta. Erlangga
- Kotler, Philip dan Garry Armstrong. 2013. *Prinsip-Prinsip Pemasara*. Edisi 12. Jakarta. Erlangga

- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2019. *Manajemen Pemasaran*. Edisi ke-13 Jilid 2. Jakarta. Erlangga
- Lupiyoadi, Lambat. 2001. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta. Salemba Empat
- Metekohy, Elisabeth Yanse. Endang Purwaningrum, dkk, “Peran Selebriti Endorse Terhadap Kepercayaan Konsumen Menengah Atas Pada Produk UKM”, *Simposium Nasional Akuntansi Vokasi (SNAV) ke-9*, ISAS Publishing, Oktober 2021
- Mowen, John C dan Michael Minor. 2002. *Perilaku Konsumen*. Erlangga. Jakarta
- Munandar dan Chadafi. “Pengaruh Harga, Celebrity Endorser, Kepercayaan, Dan Psikologi Terhadap Keputusan Pembelian Online Shop Di Media Sosial Instagram”. *Jurnal Visioner dan Strategis*. Vol. 5 No. 2 September 2016
- Nainggolan, Nana Tripnita, dkk., *Perilaku Konsumen Era Digital*, (Tkp: Yayasan Kita Menulis, 2020), hal. 36
- Ningsih, Tessa Surya dan Siska Lusya Putri, pengaruh Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Produk Erigo Melalui Instagram)”, *Jurna Ekonomi dan Bisnis Dharma Andalas*, Vol. 22 No. 2, 2020
- Nurbani, Aep. Heru Mulyanto, Mursida Kusuma Wardani, and Meli Andriyani. "Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Kepuasan dan Kepercayaan serta Dampaknya pada Loyalitas Konsumen." *Jurnal Manajemen Kewirausahaan* 16, no. 2 (2019): 109-120.
- Paujiah, Rika. Ahmad Mulyadi Kosim dan Syarifah Gustiawati, “Pengaruh Bauran Pemasaran Syariah dan Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian”, *Al-Maal: Journal of Islamic Economics and Banking*, Vol. 2, No. 1 Januari Tahun 2020, hal. 144
- Prakkasi, Idris. 2020. *Pemasaran Syariah Era Digital*. Bogor. Penerbit Lindan Bestari
- Pudyaningsih, A Ratna. Waladi Imaduddin, dkk, pengaruh *Celebrity Endorser* dan *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Mediasi”. *Jurnal EMA: Ekonomi Manajemen Akuntansi*, Vol. 7, No. 1, 2022, 63-72
- Purwanto. 2011. *Statistika Untuk Penelitian*. Yogyakarta. Pustaka Pelajar
- Putra, Denny Pratama. Lia Suprihatin. dan Roni Kurniawan. “Celebrity Endorser, Online Customer Review, Online Customer Rating Terhadap Keputusan Pembelian dengan Kepercayaan Konsumen Sebagai

- Variabel Intervening”. *Jurnal Bahtera Inovasi*. Vol. 5. No. 1. 2021. 57-65
- Qardawi, Yusuf. 2004. *Peran Nilai dan Moral dalam Perekonomian Islam*, Cetakan ke-4. Hadits nomor 1314 Bab Al-Bayuu’. Jakarta. Rabbani Press
- Riskika, Rida. *Pengaruh Islamic Marketing Mix Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Toko Online di Kota Pekanbaru Baru*, (Riau: Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim, 2018)
- Romindo, dkk. 2019. *E-Commerce: Implementasi, Strategi dan Inovasi*. T.T.p. Yayasan Kita Menulis
- Royan, Frans. T.t. *Marketing Celebrities*. Jilid I. Jakarta. PT Elex Media Komputindo
- Royan, M Frans. 2004. *Marketing Celebrities, Celebrities dalam Iklan dan Strategi Celebrities Memasarkan Diri Sendiri*. Jakarta. Elek Media Komputindo Kelompok Gramedia
- Saputra, Apriyan. 2022. *Pengaruh Islamic Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Produk Batik Jambi Cempaka Putih*, (Jambi: UIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi)
- Setiawati, Melisa. 2015. “Penggunaan Maudy Koesnaedi Sebagai celebrity Endorser Dalam Iklan Televisi L’oreal Fall Repair 3x Terhadap Brand Image L’oreal di Surabaya”. *Jurnal E-Komunikasi*. Vol. 3. No. 1 Surabaya. Universitas Kristen Petra
- Simamora, Henry. 2006. *Manajemen Pemasaran Internasional*. Jakarta. Rineka Cipta
- Sobandi, Agus dan Bambang Somantri , engaruh Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online, “*Winter Journal IMWI Stident Research Journal*, Vol. 1, No. 1, 2020, hal. 41-52
- Solihin, Dede. “Pengaruh Kepercayaan Pelanggan dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Online Shop Mikaylaku Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening:”, *Jurnal Mandiri Ilmu Pengetahuan, Seni, Dan Teknologi*, Vol. 4, No. 1, Juni 38-51
- Sucipto, Muhammad Bagus dkk,. 2022. *Bunga Rampai Manajemen Pemasaran Islami*. Yogyakarta. Depublish
- Sugiono. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif dan R & D*. Bandung. Alfabeta
- Sugiyono. 2005. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung. Alfabeta

- Sugiyono. 2008. *Metode Penelitian Kuantitatif, dan R&D*. Bandung. Alfabeta
- Suharso, Puguh. 2009. *Metode Penelitian Untuk Bisnis*. Jakarta. PT Indeks
- Sujianto, Agus Eko. 2009. *Aplikasi Statistik dengan SPSS 16.0*. Jakarta. Prestasi Pustaka Publisher
- Sumarwan, Ujang. 2011. *Perilaku Konsumen: Teori Dan Penerapannya Dalam Pemasaran*. Bogor. Ghalia Indonesia
- Supandi Soegoto, Agus. 2013. “Presepsi Nilai Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Dan Dampaknya Terhadap Loyalitas Konsumen”. *Jurnal EMB*. Vol.1 No.3 September
- Suprpto, Rifqi dan M. Zaky Whyuddin Azizi. 2020. *Buku Ajar Manajemen Pemasaran*. Ponorogo. Myria Publisher
- Swastha, Basu dan Irawan.1983. *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta. Liberty
- Swastha, Basu. 1996. *Asas-asas Marketing*. Yoyakarta. Liberty
- Tamara, Annisa Nurul. Pengaruh *Brand Awareness* dan *Celebrity Endorser* Terhadap Kepercayaan Serta Dampaknya pada Minat Beli Produk (Studi pada Konsumen Madeenaa.id) *Jurnal Indonesia Sosial Sains*. Vol. 2 No. 9. 2021. 1-21
- Tanzeh, Ahmad. 2009. *Pengantar Metode Penelitian*. Yogyakarta. Teras
- Tasmara, Toto. 2022. *Membudayakan Etos Kerja Islami*. Jakarta. Gema Insani Press
- Tjiptono, Fandy. 2010. *Strategi Pemasaran*. Edisi Kedua. Yogyakarta. Andi
- Umam H. 2005. *Metode Penelitian Untuk Skripsi Dan Tesis*. Jakarta. PT Raja Grafindo Persada
- W. Cravens, David. 1996. *Pemasaran Strategi Edisi Keempat Jilid 2*. Jakarta, Erlangga
- Wahyudi, Dedi dan Rumby T. Aruan. 2013. “Analisis Personal Selling Pada PT. Prudential Life Assurance Medan”. *Jurnal Bisnis Administrasi*, Vol. 02, No. 02
- Yusanto, Muhammad Ismail dan Muhammad Karbet Widjajakusuma. 2008. *Menggagas Bisnis islam*. Cetakan ke-7. Jakarta. Gema Insani

Zahra, R. Ratika dan Nofha Rina, “Pengaruh Celebrity Endorser Hamidah Rachmayanti Terhadap Keputusan Pembelian Produk Onine Shop Mayaoutfit di Kota Bandung”. *Jurnal Lontar*, Vol.6, No. 1, 2018, 43-57