

## DAFTAR PUSTAKA

- Alvionita, Sellvi, and Bambang Sutedjo. "Pengaruh Celebrity Endorsement, Brand Image Dan Customer Review Terhadap Purchase Intention (Studi Pada Konsumen Produk Kecantikan Scarlett Whitening Kabupaten Brebes)." *SEIKO: Journal of Management & Business* 4, no. 1 (2021): 374–85. <https://doi.org/10.37531/sejaman.v4i1.1445>.
- Amalia, Putri, Vincent Didiek, Wiet Aryanto, Fakultas Ekonomi, and Universitas Dian. "Pengaruh Celebrity Endorsement , Online Review Customer Dan Promo Gratis Ongkir Terhadap Minat Beli Produk Pada Keranjang Kuning Tiktokshop ( Studi Kasus Pada Mahasiswa UDINUS Semarang )." *Journal Of Social Science Research* 3 (2023): 11190–200. <https://doi.org/https://doi.org/10.31004/innovative.v3i2.1716>.
- Antasari, Citra & Renystiyah Dwi Pratiwi. 2022. Pemanfaatan Fitur Instagram Sebagai Sarana Komunikasi Pemasaran Kedai Babakkeroyokan Di Kota Palu. *Kinesik*. Vol. 2 No. 9.
- Atmoko Dwi, Bambang. 2012. Instagram Hanbook Tips Fotografi Ponsel. Jakarta: media Kita.
- B, Thoha. 2016. Sampurna Jaya dan Alben Ambarita, Statistik Terapan dalam pendidikan. Yogyakarta: Media Akademi.
- Bungin M. Burhan. 2008. Metodologi Penelitian Kuantitatif: Komunikasi Ekonomi dan Kebijakan Publik Serta Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya. Jakarta: Kencana,
- Creswell, W, John. 2012. *Research Design Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan Mixed*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Duli, Nikolaus. 2019. Metodologi Peneitian Kuantitatif. Yogyakarta: Deepublish
- Dzulqarnain, Iskandar. 2019. Pengaruh Fitur Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pada Marketplace Shopee. Jember.

- Effendy, Alvin, Yeremia dan Yohannes Sondang Kunto. 2013. *Pengaruh Costumer Value Proposition Terhadap Minat Beli Konsumen pada Produk Consumer Pack Premium Baru Bogasari*. Jurnal Management Pemasaran Perta. Vol. 1 No. 2.
- E. Cahyani, L. Mulyono, D. Sakti. “Pengaruh Paid Promote, Selebgram Endorser Dan Online Consumer Review Terhadap Minat Beli Scarlett Whitening Melalui Media Sosial Instagram.” *Correspondencias & Análisis*, no. 15018 (2016): 1–23. <https://doi.org/https://doi.org/10.29303/ju.v2i1.165>.
- Ferdinand Augusty. 2006. *Metode Penelitian Manajemen*. Semarang: BP UNDIP.
- Firmansyah M. Anang, SE. MM. 2019. *Pemasaran Produk Dan Merek (Planning & Strategy)*. CV. Penerbit Qiara Media.
- Gabriella, Cindy, and Basar Maringan Hutauruk. “Pengaruh Celebrity Endorser, Brand Image Dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Produk Erigo Di E-Commerce Shopee (Studi Kasus Masyarakat Kabupaten Bekasi).” *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan* 9, no. 18 (2023): 143–54. <https://doi.org/https://doi.org/10.5281/zenodo.8310631>.
- Ghazali, Miliza. 2016. *Buat Duit dengan Facebook dan Instagram: Panduan Menjana Pendapatan dengan Facebook dan Instagram*. Malaysia: Publishing Hous.
- Ghozali, Imam. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS*. 25. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hamdani, Moya. 2023. Tesis. *Strategi Branding Lembaga Pendidikan Sdit Insan Mulia Kediri Lombok Barat Dalam Menarik Minat Masyarakat*. Mataram: UIN Mataram.
- Hermawan, Asep. 2005. *Penelitian Bisnis Paradigma Kuantitatif*. Jakarta: PT Grasindo.
- Helbert, Josephine Jesslyne, and I Gde Surya Putra Ariawan. “Pengaruh Celebrity Endorsement Vs. Influencer Endorsement Vs. Online Customer Review

- Terhadap Purchase Intention Pada Produk Skincare.” *Eqien: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis* 8, no. 2 (2021). <https://doi.org/10.34308/eqien.v8i2.276>.
- Indika, R, Deru & Cindy Jovita. 2017. Media sosial Instagram Sebagai Sarana Promosi Untuk Meningkatkan Minat Beli Konsumen. *Jurnal Bisnis Terapan*. Vol. 1 No. 1.
- Indriyani, Verlina. “Pengaruh Online Customer Review Dan Celebrity Endorsment Terhadap Eksistensi Di Media Sosial Instagram Pada Toko Elv \_ Bucket Pringsewu” 1, no. 3 (2023): 277–84. <https://doi.org/https://doi.org/10.31004/ijmst.v1i3.228>.
- Jennifer. Asron. 2021. Pengaruh *Brand Awareness* dan Promosi Online Media Sosial Instagram Terhadap Minat Beli Konsumen di Kota Batam. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa*. Vol. 3 No. 4.
- Kinncar, Thomas C. & Taylor, James R. 1995. Riset Pemasaran Alih Bahasa. Yohanna Lamarto: Jilid II Erlangga, Jakarta.
- Kurniawan, Annie. “Pengaruh Celebrity Endorsement, Brand Image Dan Testimoni Di Instagram Terhadap Minat Beli Konsumen.” *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis* 3, no. 2 (2020): 83. <https://doi.org/10.21460/jrmb.2019.142.338>.
- Kurniawan, Gogi. April 2017. *Perilaku Konsumen: Dalam Membeli Produk Beras Organik Melalui Ecommerce*. Penerbit Mitra Abisatya.
- Kotler, Philip. dan Gary Armstrong. 2014. *Principle of Marketing*, 15th edition. Pearson Prentice Hall, New Jersey
- Kotler, Philip. dan Gary Amstrong. 2012. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Edisi 13 Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P & Keller, K. L. 2008. *Marketing Management: Thirteenth Edition*. Manajemen Pemasaran: Edisi 13 Jilid 1. Bob Sabran. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P & Keller, K. L. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT Gelora Aksara Pratama. *Jurnal Ekonomi dan Ekonomi Syariah*. Vol. 4 No. 1.

- Kotler, P. & Keller, K. L. 2012. *Marketing Management*. 14th edition. Prentice Hall, USA
- Lackermair Georg. 2013. Importance of Online Product Review from a Consumer's Perspective, *Journal of Economics dan Business*. Germany: Munich University.
- Larasati, Intan & Arif Riva'I. 2022. Pengaruh Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian Pada Geprek Benu Cabang Pekanbaru. *Jurnal Administrasi Bisnis, Manajemen, dan Ekonomi (VALUTA)*, Vol. 8 No. 1.
- Latief, Fitriana, dan Nirwana Ayustira. 2020. Pengaruh Online Costumer Review dan Costumer Rating Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik di Sociolla, *Jurnal Miral Manajemen*. Vol. 6 No. 1.
- Lestari, Eka, Karunia dan Yudhanegara, Mokhammad Ridwan. 2018. *Penelitian Pendidikan Matematika (Panduan Praktis Menyusun Skripsi, Tesis, dan Laporan Penelitian dengan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan Kombinasi Disertasi dengan Model Pembelajaran dan Kemampuan Matematis*. Bandung: PT Refika Aditama.
- L. Hakim. "Pengaruh Brand Awareness, Brand Image Dan Customer Perceived Value Terhadap Purchase Intention." *Proceedings of the Institution of Mechanical Engineers, Part J: Journal of Engineering Tribology* 4, no. 11 (2020): 122–30. <https://doi.org/https://doi.org/10.24912/jmbk.v4i3.7921>.
- Machfudz, Masyhuri. 2014. *Metode Penelitian Ekonomi*. Malang: Denius Medi.
- Malik, Adam, dan M. Minan Chusni. 2018. *Pengantar Statistika Pendidikan*. Yogyakarta: Deepublish.
- Mayo, Zan. Yan-Fei Li dan Peng Fan. 2015. Effect of Online Reviews on Costumer Purchase Behavior, *Journal of Service science and Management*.
- Mubarok, Aziz, Abdul, Dadan. 2016. Pengaruh Celebrity Endorsment terhadap Minat Beli Konsumen (Studi pada Konsumen Mahasiswa Kelas Reguler Sore

- STIE INABA Bandung). *Jurnal Indonesia Membangun*, Vol. 15 No. 3.
- Mulawarman, Aldila Dyas Nurfitri. 2017. *Jurnal Perilaku Pengguna Media Sosial Beserta Implikasinya Ditinjau dari Perspektik Psikologi Sosial Terapan*. *Buletin Psikologi*. Vol. 25 No. 1.
- Muhammad. 2005. *Metode Penelitian Ekonomi Islam*. Yogyakarta: UPFE UMY.
- MA. Rizaty. 2023. ada 116,16 juta Pengguna Instagram di RI hingga Agustus 2023. Diakses pada 6 Oktober 2023 pukul 07.07 WIB dari artikel: <https://dataindonesia.id/digital/detail/ada-11616-juta-pengguna-instagram-di-ri-hingga-agustus-2023>
- Nasrullah, Rulli. 2017. *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Nikmatulloh, Arnanda Awal, and Andi Wijayanto. “Pengaruh Kesadaran Merek, Kepercayaan, Dan Harga Terhadap Minat Beli Online Pada Marketplace Bukalapak (Studi Pada Pengguna Bukalapak Di Kota Semarang).” *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis* 10, no. 1 (2021): 837–48. <https://doi.org/10.14710/jiab.2021.29832>.
- Octavianti, Meria. 2012. *Menumbuhkan Kesadaran Merek pada Produk melalui Media Sosial (Studi Kasus Optimalisasi Penggunaan Twitter sebagai Upaya Menumbuhkan Kesadaran Merek Maicih Kripik Singkong Pedas Asli Kota Bandung)*. *Jurnal Ilmu Komunikasi*. Vol. 2 No. 2.
- Pangestoe, and Purwianti. “Analisa Pengaruh Brand Image , Celebrity Endorser , Attitude , Trust , Dan Brand Awareness Terhadap Purchase Intention Pada Fashion Sportswear Di Kota Batam.” *SEIKO (Jurnal of Management and Business)* 5, no. 1 (2022): 137–55. <https://doi.org/https://doi.org/10.37531/sejaman.v5i1.1855>.
- Peter, Paul, J & Jerry C Olson. 2000. *Consumer Behavior: Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Jilid 1 Edisi ke-4. Jakarta: Erlangga.

- Purnamasarie, Musticha, and Adi Sismanto. "The Effect Of Sales Promotion, Lifestyle, And Product Price On Fashion Products Buying Interest" 1 (2020): 231–39. <https://doi.org/https://doi.org/10.61567/jmmib.v1i2.25>.
- Rangkuti, Freddy. 2004. *The Power of Brand*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Riduwan, Dasar-dasar Statistika. 2013. Bandung: Alfabeta.
- Rinaja, Atma Fadna, Ida Bagus Nyoman Udayana, and Bernadetta Diansepti Maharani. "Pengaruh Online Customer Review, Word of Mouth, and Price Consciousness Terhadap Minat Beli Di Shopee." *Publik: Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia, Administrasi Dan Pelayanan Publik* 9, no. 3 (2022): 435–48. <https://doi.org/10.37606/publik.v9i3.345>.
- Ristiyanti dan John. 2015. *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Rizaty Monavia Ayu. 2023. September 8. Ada 116,16 juta Pengguna Instagram di RI hingga Agustus 2023. Diakses pada 6 Oktober 2023 pukul 07.07 WIB dari artikel: <https://dataindonesia.id/digital/detail/ada-11616-juta-pengguna-instagram-di-ri-hingga-agustus-2023>
- Sabillah, Fauziah Zalza, Taufik Akbar, Nining Latianingsih, Jurusan Administrasi Niaga, Negeri Jakarta, and Politeknik Negeri Jakarta. "Pengaruh Viral Marketing Dan Online Customer Review Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Media Sosial Tiktok (Studi Kasus Pada Mie Gacoan)." *Jurnal Administrasi Profesional* 03, no. 2 (2022): 2963–1734. <https://doi.org/https://doi.org/10.32722/jap.v3i2.5152>.
- Saleh, Yusuf, Muhammad. 2019. Miah Said, *Konsep dan Strategi Pemasaran*. Makassar: CV Sah Media.
- Sanditya Rizka. 2019. Hubungan Celebrity Endorser Dengan Keputusan Pembelian Produk Pakaian Pada Konsumen Secara Online di Media Sosial Instagram. *Psikoborneo*, Vol. 7 No. 1.

- Sandu, Siyoto, & M. Ali Sodik. 2015. *Dasar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Literasi Media Publishing.
- SM Nabila. "Pengaruh Review Produk Dan Brand Awareness Terhadap Trust Dan Minat Beli: Studi Kasus Review Flow Fushi Ion De Cushion Oleh Allyssa Hawadi Melalui Instagram." *Proceedings of the Institution of Mechanical Engineers, Part J: Journal of Engineering Tribology* 3, no. 1 (2019): 122–30. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.35760/mkm.2019.v3i1.2232>.
- Sarwono Jonathan. 2006. *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Schiffman & Kanuk. 2007. *Integrated Marketing Communication in Advertising and Promotion*, Edisi Ketujuh, New York: McGrawHill.
- Schiffman dan Kanuk. 2007. *Perilaku Konsumen*, Alih Bahasa: Zoelkifli Kasip. Jakarta: Indeks.
- Subagyo Rokhmat. 2017. *Penelitian Ekonomi Islam: Konsep dan Penerapan*. Jakarta: Alim's Publishing.
- Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sumarwan, Ujang. 2004. *Perilaku Konsumen: Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Bogor: Penerbit Ghalia Indonesia.
- Shaleh, Abdul, Rahman dan Muhib Abdul Wahab. 2004. *Psikologi Suatu Pengantar: Dalam Perspektif Islam*. Jakarta: Prenada Media.
- Shimp, A Terence. 2001. *Komunikasi Pemasaran Terpadu dalam Periklanan dan Promosi*. Edisi 8. Jakarta: Salemba Empat.
- Soegoto Eddy Sueryanto. 2010. *Entrepreneurship: Menjadi Pebisnis Ulung* (Edisi Revisi). Jakarta: PT. Gramedia.
- Siregar Syofian. 2014. *Statistik Parametrik Untuk Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: PT. Bumi Aksara.

- Siyoto, Sandu., dan Sodik, M. Ali. 2015. *Dasar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Literasi Media Publishing.
- Swasta dan Irawan. 2005. *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty
- Syahrum dan Salim. 2014. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Citapustaka Media.
- Kinnear, Thomas C dan Taylor, James R. 1995. *Riset Pemasaran Alih Bahasa*. Yohanna Lamarto: Jilid II Erlangga, Jakarta.
- Vermeuleun and Daphne Seegers. 2009. *Tried and test: The Impact of Online Hotel Review on Costumer Consideration*. Netherland: Tourism Management. Vol. 30.
- Wicaksono Arif. 2018. *Pengaruh Desain Produk Dan Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian Honda New Sonic 150r (Studi Pada Pengguna Honda New Sonic 150r di Kota Surabaya)*. Jurnal Ilmu Manajemen Vol. 6 No. 1.
- Widi Restu Kartiko. 2010. *Asas Metodologi Penelitian Sebuah Pengenalan dan Penuntun Langkah Demi Langkah Pelaksanaan Penelitian*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Winardi. 1996. *Manajemen Pemasaran*. Bandung: Sinar bandung.
- Yunus Ulani, M.M. 2019. *Digital Branding Teori dan Praktik*. Simbiosis Rekatama Media.