

DAFTAR PUSTAKA

- Abi Nugroho, T. 2022. Pengaruh Influencer Media Sosial Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sepatu Compass (Studi Pada Konsumen Sepatu Compass di Malang). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 10(1), 1-14
- Alamsyah, I., & Budiarti, A. 2022. Pengaruh Brand Image, Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Lokal Compass. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)*, 11(11).1-14
- Algiffary, M. A., Wahab, Z., Shihab, M. S., & Widiyanti, M. 2020. Pengaruh Celebrity Endorser, Online Advertising dan Word of Mouth terhadap Minat Beli Konsumen pada E-Commerce Tokopedia. *AMAR (Andalus Management Review)*, 4(2), 16-31.
- As' ad, H. A. R., & Alhadid, A. Y. 2014. The impact of social media marketing on brand equity: An empirical study on mobile service providers in Jordan. *Review of Integrative Business and Economics Research*, 3(1), 315.
- Azmar dan Laksamana, Patria. 2018. Pengaruh Sosial Media Promotion dan Electronic Word of Mouth terhadap Keputusan Pemilihan pada Perguruan Tinggi. *Jurnal Riset Perbankan Manajemen dan Akuntansi*, 2 (2): 123-13
- Beddu, M., Nurbakti, R., & Muin, S. A. R. 2022. Pengaruh Ekuitas Merek dan Minat Beli Terhadap Keputusan Pembelian Kaos Polo T-Shirt Pada PT. Kaos' Ta Sukses Mulia Kota Parepare. *Amsir Management Journal*, 2(2), 89-94.
- Brilliany, E., & Nomleni, A. P. 2022. Pengaruh Celebrity Endorser, Citra Merek Dan Kepercayaan Merek Terhadap Minat Beli Konsumen Produk Scarlett: The Effect Of Celebrity Endorser, Brand Image And Brand Trust On Consumer Purchase Interest Of Scarlett Products. *Jurnal Riset Manajemen Dan Akuntansi*, 2(1), 72-77.
- Daulay, R., & Putri, R. E. 2018. Analisis Faktor-faktor Psikologis Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah Di Kota Medan. *Prosiding Konferensi Nasional ke-8 APPPTMA*. 1-6.
- Efendi, M. S. A., & Purwanto, S. 2023. Pengaruh Brand Image, Celebrity Endorser Dan Lifestyle Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Sneakers Nike. *Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ)*, 4(6), 7114-7125.

- Ekasari, Novita. 2014. Pengaruh Promosi Berbasis Sosial Media Terhadap Keputusan Pembelian Produk Jasa Pembiayaan Kendaraan Pada PT. BFI Finance Jambi. *Jurnal Penelitian Universitas Jambi Seri Humaniora*, Vol. 16, No. 2, Hal: 81-102.
- Fitriani, Y. 2021. Pemanfaatan media sosial sebagai media penyajian konten edukasi atau pembelajaran digital. *JISAMAR (Journal of Information System, Applied, Management, Accounting and Research)*, 5(4), 1006-1013.
- Folkvord, F., & de Bruijne, M. 2020. The effect of the promotion of vegetables by a social influencer on adolescents' subsequent vegetable intake: A pilot study. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 17(7), 2243.
- Ghozali, Imam. 2017. Model Persamaan Struktural Konsep dan Aplikasi dengan Program AMOS 24 Update Bayesian SEM Edisi 7. Semarang:Universitas Diponegoro, 107-110.
- Hair, Joseph F.,G. Tomas M. Hult., Christian M. Ringle., and Marko Sarstedt. 2017. A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modelling (PLS-SEM). 2e Edition USA: Sage, 103-106.
- Hardani, Andriani, H., Ustiawaty, J., Utama, E. F., Istiqomah, R. R., Fardaani, R. A., Sukmana, D. J., & Auliya , N. H. 2020. *Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif*. CV. Pustaka Ilmu Group, 111-123.
- Herdioko, J. 2020. Keputusan Pembelian Pada Situs Daring Bukalapak Dengan Pekerjaan, Jenis Kelamin Dan Asal Daerah Sebagai Pemoderasi. *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis*, 14(2), 105-116.
- Indraputra, M. A., & Tresna, S. T. 2022. Analisis Dinamik Model Pengguna Barang Impor dan Lokal dengan Pengaruh Kebijakan dan Peran Media. *Jurnal Matematika Integratif*, 18(1), 1-8.
- Indrawan, M. R., Mulyadi, M., & Furkan, L. M. 2022. Pengaruh Celebrity Endorser Dan Etnosentrisme Konsumen Terhadap Minat Beli Sepatu Lokal "Compass" Pada Mahasiswa S1 Di Indonesia. *Jurnal Riset Pemasaran*, 1(1), 30-42.
- Poturak, M., & Softic, S. (2019). Influence of social media content on consumer purchase intention: Mediation effect of brand equity. *Eurasian Journal of Business and Economics*, 12(23), 17-43.
- Indriyani, R., & Suri, A. 2020. Pengaruh media sosial terhadap keputusan pembelian melalui motivasi konsumen pada produk fast fashion. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 14(1), 25-34.

- Julianto, E. T. 2022. Pengaruh Strategi Pemasaran Media Sosial (Instagram) dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Lokal Compass Dengan Minat Beli Sebagai Mediasi. *Jurnal Ekonomi, Bisnis dan Manajemen*, 1(4), 16-29.
- Kotler, P., & Keller, K. L. 2016. Marketing management 15th Ed. *New Jersey: Pearson Education*.
- Muhammad, R. W. 2020. Pengaruh Sosial Media Marketing Dan Electronic Word Of Mouth Terhadap Minat Beli Pada Produk Sepatu Converse Pada Mahasiswa FEB Universitas Prof Dr Hamka. *JIMKES: jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 8(2), 79-94.
- Nasrullah, Rully. 2015. Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi. Bandung: Simbioasa, 10-15.
- Nuraini, A. Hartati, R. Nurweni, H. 2023. Pengaruh Citra Merek Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Ventela Di Kalangan Pemuda Yogyakarta Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Mediasi. *Cakrawangsa Bisnis: Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, 4(1), 11-26.
- Nurdin, S., Widjaja, Y. R., & Putri, N. E. (2023). Strategi Meningkatkan Minat Pembelian Menggunakan Social Media Marketing Dan Word Of Mouth. *Jurnal Sains Manajemen*, 5(2), 97-105.
- Nurhikmah, Romadhoni, B., & Nurinaya. 2018. Pengaruh Brand Awareness Dan Brand Attitude Terhadap Minat Pembelian Konsumen Pada Produk Indihome Di Wilayah Telekomunikasi Witel Makassar. *Balance : Jurnal Ekonomi*, 14(2), 9.
- Permana, F. Y., & Hayuningtias, K. A. 2021. Pengaruh Celebrity Endorser, Viral Marketing dan Brand Trust terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Ventela. *SEIKO: Journal of Management & Business*, 4(2), 307-318.
- Philip. 2019. Variabel Intervening Pada Pembelian Sneakers Branded Oleh Generasi Z Di Surabaya. *Agora*, 7(2),97.
- Prabowo, R. E., Indriyaningrum, K., & Setyani, A. D. (2020). Pengaruh Citra Merek, Persepsi Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Olah Raga Merek Adidas (Studi Di Kota Semarang). *Solusi*, 18(4), 104.
- Putra, A. H. P. K., Ridha, A., & As' ad, A. 2018. Celebrity Endorser Pada Jejaring Sosialinstagram Untuk Menarik Minat Pembelian Calon Konsumen. *Jurnal Economic Resource*, 1(1), 86-89.
- Raheni, C. 2018. The Effect Of Social Media On Consumer Buying IPengaruh Media Sosial Terhadap Minat Beli Konsumen Studi Kasus Mahasiswa. *Jurnal Sinar Manajemen*, 5(2), 82-85.

- Ramlawati, R., & Lusyana, E. 2020. Pengaruh Celebrity Endorsement dan Citra Merek terhadap Minat Beli Produk Kecantikan Wardah pada Mahasiswi HPMM Cabang Maiwa DI Makassar. *MANOR: Jurnal Manajemen dan Organisasi Review*, 2(1), 65-75.
- Rees-Roberts, N. 2020. After fashion film: social video and brand content in the influencer economy. *Journal of Visual Culture*, 19(3), 405-421.
- Riskyady, Y. F., & Sulistyowati, R. 2021. Pengaruh Media Sosial Dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Tiket Pertandingan Sepak Bola Persebaya Pada Locket. Com. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 9(2), 1181-1187.
- Rohman, I. Z., & Indaryadi, A. I. K. 2020. Pengaruh celebrity endorser, brand image, brand loyalty, dan perceived quality terhadap minat beli konsumen dan dampaknya terhadap intensi rekomendasi. *Jurnal Kajian Manajemen Bisnis*, 9(2).
- Sanjaya, S., & Budiono, H. 2021. Pengaruh Penggunaan Media Sosial Dan E-Wom Terhadap Keputusan Pembelian Di Mediasi Kepercayaan. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 3 (4), 1147-1157.
- Santoso, Agung Budi. 2018. Tutorial & Solusi Data Regresi. Penerbit Agung Budi Santoso: Jakarta, 78.
- Santoso, B. 2019. Pengaruh Gaya Hidup dan Sikap terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Adidas pada Generasi Z di Surabaya. *Agora*, 7(2), 123.
- Santoso, G., & Triwijayati, A. 2018. Gaya pengambilan keputusan pembelian pakaian secara online pada generasi Z Indonesia. *Jurnal Ilmu Keluarga & Konsumen*, 11(3), 231-242.
- Sari, N. P., & Sudarwanto, T. (2022). Pengaruh Celebrity Endorser Dan Brand Image Terhadap Minat Beli Konsumen Skincare Ms Glow (Studi Pada Konsumen MS Glow di Jawa Timur). *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi Dan Bisnis*, 1(2), 25-40.
- Schiffman and Kanuk (2014). *Consumer Behaviour*. London.
- Septian, F. D., & Rubiyanti, R. N. 2019. Pengaruh Celebrity Endorser Dan Country Of Origin Terhadap Keputusan Pembelian Pada Sepatu Geoff Max Bandung. *eProceedings of Management*, 6(2).
- Septiani, N., & Helfi, Y. 2023. Implikasi Media Sosial Dalam Strategi Digital Marketing Modern. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 3(4), 3393-3399.

- Sharon, F., Meilinda, L., Wijaya, S., & Iskandar, V. 2018. Pengaruh Karakteristik Celebrity Endorser Melalui Media Sosial Instagram Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Restoran dan Cafe di Surabaya. *Jurnal Hospitality dan Manajemen Jasa, Vol 6 NO 2*.
- Shimp, Terence A. 2014. Komunikasi Pemasaran Terpadu Dalam Periklanan Dan Promosi. Jakarta: Salemba Empat.
- Simanjuntak, W. M. B., Siagian, E. M., & Siregar, H. (2023). Pengaruh Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada UD. Toko Sepatu Clinton Balige. *Manajemen: Jurnal Ekonomi, 5(2)*, 65-73.
- Sugiyono. 2017. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabet, CV.
- Sugiyono. 2018. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabet, CV.
- Syahputra, H. A. 2020. Peran Inovasi Produk dan Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Nike pada Pengunjung Outlet Nike di Tunjungan Plaza Surabaya. *Jurnal Ilmu Manajemen Universitas Negeri Surabaya, 8(1)*, 1-9.
- Thomson, 2013, Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Konsumen pada WarungUcok Durian Iskandar Muda Medan terhadap Keputusan Pembelian. Medan : FE US, 89-119.
- Tjiptono F. 2014. Pemasaran Jasa, Prinsip, Penerapan dan Penelitian. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Van Dijck, J. & Poell, T . 2015. Social media and activist communication. . *In The Routledge Companion to Alternative and Community Media, 527-537*.
- Wenas, R., Tumbel, A., & Parengkuan, V. 2014. Analisis Pengaruh Brand Image dan Celebrity Endorsement Terhadap Keputusan Pembelian Produk Shampo Head and Shoulders Di Mart Manado. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi, 5-10*.
- Yunikartika, L., & Harti, H. 2022. Pengaruh Social Media Marketing dan Electronic Word Of Mouth (E-WOM) Terhadap Minat Beli Kuliner Melalui Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening pada Akun Instagram@ carubanmangan. *Jurnal E-Bis, 6(1)*, 212-230.
- Yusuf Ismaila, M., Ahmed Abdulganiyu, O., Abdulazeez Olamide, A., & Oluwasey, B. J. (2022). Influence of celebrity endorsement and digital marketing on youth purchasing decisions: a comparative study of Ikorodu area, 23-26.

Zaenuri, A. 2020. Pengaruh Celebrity Endorser dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Luwak White Koffie. *Kinerja*, 2(02), 77-92.

_____. 2021. *Pedoman Penyusunan Skripsi Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muria Kudus*.

