

## DAFTAR PUSTAKA

- Anshari, M. F., & Mahani, S. E. 2018. Pengaruh Digital Marketing dan Sales Promotion Terhadap Impulse Buying pada Situs Berrybenka.com (Studi Kasus pada Masyarakat Kota Bandung). Repository Universitas Islam Bandung. *Fakultas Ekonomi Universitas Islam Bandung*. Halaman 1174-1179.
- Albi, K. 2020. Pengaruh Pemasaran Digital dan Suasana Toko Terhadap Minat Beli Di Kedai Kopi S. *Jurnal Manajemen Strategi dan Aplikasi Bisnis*. Vol.3, No. 1 Hal. 21-30.
- Apriansyah, F., Simon, Z. Z., & Zain, E. 2024. Pengaruh Flexibility Dan Digital Marketing Terhadap Keputusan Pebelian Melalui Minat Beli Sebagai Variabel Intervening Pada Aplikasi Amanah Reload (Studi Kasus Pada User Aplikasi Amanah Reload). *MARAS: Jurnal Penelitian Multidisiplin*. Vol.2, No.1 Hal 494-507.
- Asyikin, N. 2023. Pengaruh Iklan, Persepsi Kualitas dan Digital Marketing Terhadap Minat Beli Scarlett Di Batam. Doctoral Dissertation, Prodi Manajemen.
- Aziza, D. D. 2021 Pengaruh Digital Marketing, E-Wallet Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian “Menu Ayam” Di Era Pandemi Covid-19 Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Mediasi (Studi Empiris Pengguna Grabfood). Doctoral Dissertation, Universitas Muhamadiyah Magelang.
- Batu, R. L., Situngkir, T. L., Krisnawati, I., & Halim, S. 2020. Pengaruh Digital Marketing Terhadap Online Purchase Decision pada Platform Belanja Online Shopee. *Jurnal Ekonomi & Bisnis*. Vol.18, No.2 Hal. 144-152.
- Christiana, I., & Lubis, S. N. 2023. Peran Mediasi Minat Beli Pada Pengaruh Celebrity Endorser Dan Social Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian. *MOTIVASI*. Vol. 8, No.2 Hal. 121-130.
- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. 2017. *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*. Sage Publications.
- Dimitrieska, Savica, & Efremova, Tanja. 2021. The Effectiveness Of The Influencer Marketing. *Economics and Management Journal*. Vol.18, No.1: 109-118.
- Durianto, Darmadi. 2013. *Strategi Menaklukan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek*. Edisi 10. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Ferdinand, Augusty. 2014. *Metode Penelitian Manajemen*. Semarang: BP Universitas Diponegoro.

- \_\_\_\_\_, 2016. *Metode Penelitian Manajemen*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21*. Edisi 7. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hair et al. 2012. *Multivariate Data Analysis. Fifth Edition*. New Jersey: Prentice Hall.
- Hisam, S. 2018. Digital Marketing: Pengertian Menurut Para Ahli (Manfaat-Kelebihan-Kekurangan).
- Indriantoro, Nur., & Supomo, Bambang. 2013. *Metodologi Penelitian Bisnis Untuk Akuntansi & Manajemen*. Yogyakarta: BPFE.
- Irwansyah, Rudy Dkk. 2021. *Perilaku Konsumen*. Bandung: Widina Bhakti Persada.
- Isra, Et. At. 2021. Pengaruh Content Marketing Dan Lifestyle Terhadap Kepuasan Pembelian Pada Usaha Kecil Menengah Di Media Social. *Jurnal Komunikasi Bisnis Dan Manajemen*. Vol.11, No.1, Hal 30-40.
- Kertamukti, R. 2015. *Strategi Kreatif Dalam Periklanan*. Jakarta: Pt. Raja Grafindo Persada.
- Kotler, P., & Kevin, K. L. 2016. *Marketing Management*. 16 Edition. New Jersey: Pearson.
- Kotler, Philip. 2016. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 11. Jakarta: Indeks Kelompok Gramedia.
- Laraswanti, N., & Setyawati, H. A. 2022. Pengaruh Celebrity Endorser, Brand Image, Brand Trust dan Variety Of Selection Terhadap Minat Beli Body Lotion Scarlett Whitening: Studi Kabupaten Kebumen. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis dan Akuntansi (JIMMBA)*. Vol. 4, No. 1, Hal. 97-111.
- Lucyantoro, B., & Rachmansyah, M. 2018. Penerapan Strategi Digital Marketing, Teori Antrian Terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Di MyBCA Ciputra World Surabaya). *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi Bisnis, Kewirausahaan*. Vol.5, No.1: 38-57.
- Mileva, Dinar Novila. 2019. Pengaruh Sosial Media Marketing dan Persepsi Kualitas terhadap Niat Beli Surabaya Snowcake pada Masyarakat Surabaya Timur. *Jurnal Ilmu Manajemen (JIM)*. Vol.7, No.2 Hal. 446-452.
- Nggilu, M., Tumbel, A., & Djemly, W. 2019. Pengaruh Viral Marketing, Celebrity Endorser, dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian pada Geprek Bensu Manado. *Jurnal Emba: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*. Vol. 7, No. 3: 2691-2700.

- Nilakandi, Z. 2019. Pengertian Bisnis Beserta Fungsi, Tujuan, Dan Jenis-Jenis Bisnis Secara Lengkap.
- Ningsih, T.S., & Putri, S. L. 2020. Pengaruh Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Produk Erigo Melalui Instagram). *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Dharma Andalas*. Vol.22, No.2 Hal. 348-357.
- Noor, J. 2013. *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Kencana.
- Noviana. 2020. Pengaruh Celebrity Endorser Terhadap Minat Beli Produk Skincare Ms. Glow. Skripsi. Fakultas Psikologi Universitas Sumatra Utara.
- Pebrianti, W., Arweni, & Awal, M. 2020. Digital Marketing, E-Wom, Brand Awareness dan Keputusan Pembelian Kopi Milenial. *Jurnal Ekonomi & Sosial*. Vol.11, No.1 Hal.48-56.
- Pertiwi, Luh De Ayuningrum Ratna, And Luh De. 2019. Pengaruh Citra Merek Dan Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian Produk Wardah Exclusive Matte Lipcream. *Jurnal Ilmu Manajemen*. Vol.7, No.2: 307-315.
- Priansa, Donni Juni. 2017. *Perilaku Konsumen Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*. Bandung: Alfabeta.
- Radjab, Enny dan Jam'an, Andi. 2017. *Metodologi Penelitian Bisnis*. Makassar: Lembaga Perpustakaan dan Penerbitan Universitas Muhammadiyah Makassar.
- Sadiyah, K., Kurniati, R. R., & Zunaida, D. 2020. Pengaruh Digital Marketing Terhadap Minat Beli Asuransi PT. Prudential Life Assurance Cabang Sukun, Jln. Simp Sukun, Malang. *Jurnal Ilmu Administrasi Niaga/Bisnis*. Vol. 8, No. 3, Hal. 163-169.
- Sanditya, R. 2019. Hubungan Celebrity Endorser Dengan Keputusan Pembelian Produk Pakaian pada Konsumen Secara Online di Media Sosial Instagram. *Jurnal Psikoborneo*. Vol.7, No.1, Hal. 100-104.
- Santoso, A. V. 2020. Analisis Pengaruh Digital Marketing Terhadap Repeat Purchase Dengan Customer Engagement Dan Customer Experience Sebagai Variabel Intervening Pada Layanan Pesan-Antar Makanan GoFood Di Surabaya. *Jurnal Strategi Pemasaran*. Vol. 7, No.2, Hal. 12.
- Saveria, R. A. 2018. Analisis Digital Marketing Dalam Strategi Integrated Marketing Communication Kampanye Politik : Studi Kasus Komunitas Teman Ahok. *Jakarta: Universitas Indonesia*.
- Schiffman, & Kanuk. 2015. *Consumer Behavior*. 11<sup>th</sup> Edition. Global Edition.
- Shimp, A. Terrance. 2014. *Komunikasi Pemasaran Terpadu dalam Periklanan dan Promosi*. Jakarta: Salemba Empat.

- Silalahi, M., & Marpaung, N. 2023. Pengaruh Celebrity Endorser dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Skincare Somethic. *Jurnal Price: Ekonomi dan Akuntansi*. Vol.2, No.1 Hal 11-22.
- Sisnuhadi, S., & Sirait, S. K. 2021. Pengaruh Promosi Media Sosial, Celebrity Endorser, dan Perceived Quality Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis*. Vol. 18, No.1, Hal. 45-56.
- Solihin, D. 2020. 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: 38-51.
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta.
- \_\_\_\_\_, 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D*. Bandung: Alfabeta.
- Surhadi, D., & Irmayanti, R. 2019. Pengaruh Celebrity Endorser, Citra Merek, dan Kepercayaan Merek Terhadap Minat Beli Konsumen. *Jurnal Inspirasi Bisnis dan Manajemen*. Vol.3, No. 1 Hal.53.
- Suryadi, D. 2018. Mendongkrak Akselerasi Bisnis Via Transformasi Digital.
- Tjiptono. 2014. *Strategi Pemasaran*. Edisi 3. Yogyakarta: CV. ANDI.
- Ulya, F. N. 2019. Fashion Jadi Produk Terlaris dan Menguntungkan bagi E-Commerce.
- Wijaya, M. 2018. Pengaruh Internet untuk Bisnis dan Masa Depan.
- \_\_\_\_\_, 2021. *Pedoman Penyusunan Skripsi*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Universitas Muria Kudus.