

Daftar Pustaka

- Andriyanto, T. (2019). Pengaruh *Celebrity Endorsement* Terhadap Minat Beli Konsumen Produk *Mountaineering Eiger* (Tugas Akhir tidak dipublikasi). Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta.
- Bonita, A. (2015). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli konsumen pada PT. Oriflame Medan.
<http://repository.uma.ac.id/handle/123456789/1176>
- Daniel, W.W., & Terrel, J.C., (1986). *Business Statistic, Basic Concepts And Methodology Fourth Edition*. Houghton Mifflin Company.
- Dharmawan, M. A. (2019). *Efektifitas Endorsement Non-Selebrity dalam Membangun Citra Merek Produk Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Kota Makassar* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Alauddin Makasaar). <http://repositori.uin-alauddin.ac.id/16019/>
- Dwityanti, E. (2008). *Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi minat beli konsumen terhadap layanan internet banking mandiri studi kasus pada karyawan departemen pekerjaan umum jakarta* (Doctoral dissertation, program Pascasarjana Universitas Diponegoro).
<http://eprints.undip.ac.id/17429/>
- Fazrina, F.N. (2018, Oktober 16). Celebrity Endorsements Do They Actual Work. Diakses dari <https://www.brilio.net/creator/booming-celebrity-endorsement-apa-sih-maksudnya-c6df00.html>
- Ghaffar, F. F. (2017). Pengaruh Time Budget Pressure Dan Due Professional Terhadap Kualitas Audit (Studi Kasus pada Kantor Akuntan Publik Kota Bandung) (Doctoral dissertation, Perpustakaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Unpas Bandung).
<http://repository.unpas.ac.id/32930/>
- Gladwell, M. (2015). *The Power of Influencers. Quantified*. Diakses 1 November 2020, Tulisan Pada <https://www.expertvoice.com/wp-content/uploads/2016/12/Power-of-Influence-Quantified.pdf>
- Haikal, M.M. (2020). *Strategi Instagram Marketing Yang Wajib Anda Coba di 2021*. Tulisan Pada <https://www.niagahoster.co.id/blog/instagram-marketing>
- Harmony. (2020, 28 Mei). Apa Itu Marketing Communication Berikut Pengertian Lengkapnya. Tulisan pada <https://www.harmony.co.id/blog/apa-itu-marketing-communication-berikut-pengertian-lengkapnya>
- Hidayat, A. (2017, 2 Juni). Penjelasan Teknik Purposive Sampling Lengkap Detail. Tulisan pada <https://www.statistikian.com/2017/06/penjelasan-teknik-purposive-sampling.html>
- Idcloudhost. (2018, 16 Januari). Konsep AIDA Model yang Harus Diketahui Seorang Marketer. Tulisan pada <https://idcloudhost.com/konsep-aida-model-yang-harus-diketahui-seorang-marketer/>
- Ishak, A. (2008). Pengaruh penggunaan selebriti dalam iklan terhadap minat beli konsumen. *Jurnal Siasat Bisnis*, 12(2). Diakses dari <https://journal.uui.ac.id/JSB/article/view/2002>
- Kasih, R. A. A. (2019). Pengaruh Rekomendasi, Kepercayaan Dan Reputasi Blogger Makanan Terhadap Niat Beli (Studi pada Restoran Warung Pedas S. Parman di Bandar Lampung).
<http://digilib.unila.ac.id/58757/>
- Kurniawan, S. (2019, 17 November). Apa Itu *Influencer* dan Manfaat untuk Bisnis. Tulisan pada

- <https://www.niagahoster.co.id/blog/apa-itu-influencer/>
- Mubarok, D. A. A. (2016). Pengaruh Celebrity Endorsement terhadap Minat Beli Konsumen. *E Jurnal STIE INABA*, 15(3), 1 - 16. Diakses dari [file:///C:/Users/User/Downloads/77-Article%20Text-228-1-10-20190329%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/User/Downloads/77-Article%20Text-228-1-10-20190329%20(1).pdf)
- Oliver, A. (2020). *Memahami Pentingnya Key Opinion Leader di Dunia Marketing*. Tulisan Pada <https://glints.com/id/lowongan/kol-adalah/#.X89AyWgzbiU>
- Pertiwi, W.K. (2019, Desember 23). Sebanyak Inikah Jumlah Pengguna Instagram di Indonesia. *KOMPAS.COM*. Diakses dari <https://tekno.kompas.com/read/2019/12/23/14020057/sebanyak-inikah-jumlah-pengguna-instagram-di-indonesia>
- Prayitno, A. (2020). *Pengertian Digital marketing Menurut Para Ahli, Strategi, dan Perkembangannya di Indonesia*. Tulisan pada <https://www.justaris.com/pengertian-digital-marketing-menurut-para-ahli-strategi-dan-perkembangannya-di-indonesia/>
- Ramdani, M. (2017). *Pengaruh Sosial Media Marketing Instagram Dan Kualitas Makanan Terhadap Minat Beli Konsumen Di Kafe Windy Point Of Puncut (Studi Kasus pada Windy Point of Puncut)* (Doctoral dissertation, Tesis Program Magister Management Universitas Widyatama Bandung). <https://repository.widyatama.ac.id/xmlui/handle/123456789/8764>
- Ratih, F. M., Mulyati, A., & Tjahjono, E. (2016). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen Dalam Membeli Produk Apple Iphone. *Dinamika Administrasi Bisnis*, 2(2). Diakses dari <http://jurnal.untag-sby.ac.id/index.php/adbis/article/view/2157>
- Riadi, M. (2018, 22 Desember). Aspek, Jenis, Tahapan dan Faktor yang Mempengaruhi Minat Beli. Tulisan pada <https://www.kajianpustaka.com/2018/12/aspek-jenis-tahapan-dan-faktor-yang-mempengaruhi-minat-beli.html>
- Ridha, A., Perdana, A. H., & As'ad, A. (2018). Celebrity Endorser Pada Jejaring Sosial Instagram Untuk Menarik Minat Pembelian Calon Konsumen. *Jurnal Economic Resource*, 1(1), 86 - 96. Diakses dari <https://mail.jurnal.fe.umi.ac.id/index.php/JER/article/view/61>
- Rosaria, A. A. (2020). Pengaruh Celebrity Endorser, Testimoni, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepercayaan Konsumen Pada Bisnis Mikro Di Media Sosial Instagram Pendidikan Ekonomi Universitas Lampung.
- Sandy, A. R., & Ernungtyas, N. F. (2020). Manajemen Hubungan Influencer Media Sosial: Kesadaran Pengikut Dewi Sandra Akan Dukungan Niat Beli Wardah. *Jurnal Ilmu Komunikasi dan Bisnis*, 5(2), 204-221. Diakses dari <http://www.jurnal.stiks-tarakanita.ac.id/index.php/JIK/article/view/295>
- Setiawaty, M. (2015). Penggunaan Maudy Koesnadi Sebagai Celebrity Endorser Dalam Iklan Televisi L'oreal Fall Repair 3x Terhadap Brand Image L'oreal Di Surabaya. *Jurnal E-Komunikasi*, 3, 2-12. Diakses dari <https://media.neliti.com/media/publications/83552-ID-penggunaan-maudy-koesnaedi-sebagai-celeb.pdf>
- Sinaga, R. E. M., & Kusumawati, A. (2018). Pengaruh Youtube Beauty Vlogger Terhadap Minat Beli Konsumen Dan Dampaknya Terhadap Keputusan Pembelian Produk (Studi pada Pengguna Kosmetik Maybelline di Indonesia). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 63(1), 187-196. Diakses dari <http://administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id/index.php/jab/article/view/2715>
- Stephanie, E. (2013). Analisa Pengaruh Rio Dewanto Dan Donita Sebagai Celebrity Endorser Terhadap Minat Beli Produk Axe Anarchy Dengan Daya Tarik Iklan dan Efek Iklan

Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Strategi Pemasaran*, 1(2), 1- 9. Diakses dari <http://publication.petra.ac.id/index.php/manajemen-pemasaran/article/view/1044>

Sugiyono. (2012). *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung Alfabeta.

Sujarweni, V. W. (2014). *Metode Penelitian: Lengkap, Praktis, dan Mudah*. Dipahami. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.

Suwandi, E. (2019). Analisis Tingkat Kepuasan Menggunakan Skala Likert Pada Layanan Speedy Yang Bermigrasi Ke Indihome. *Jurnal Teknik Elektro Universitas Tanjungpura*, 1(1). Diakses dari <https://jurnal.untan.ac.id/index.php/jteuntan/article/view/31191>

Triastuti RJ, F, & Ferdinand, A.T. (2012). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Dan Promosi Penjualan Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen. *Diponegoro Journal Of Management*, 1, 2-11. Diakses dari http://eprints.undip.ac.id/35901/1/JURNAL_--Freida_Triastuti_RJ.pdf

Wahyudi, E.. (2020, Februari 14). BPS Proyeksi Jumlah Penduduk Indonesia 31 Juta Jiwa pada 2045. *TEMPO.CO*. Diakses dari <https://bisnis.tempo.co/read/1307583/bps-proyeksi-jumlah-penduduk-indonesia-319-juta-jiwa-pada-2045>

Wijaya, R. (2017). *Desain Gaji Pokok Pt Trans Mitra Samudra Semarang* (Doctoral dissertation, Unika Soegijapranata Semarang). <http://repository.unika.ac.id/14816/>

Yulianty, A.. (2019, Desember 14). Strategi *Influencer* Meraup Keuntungan Bisnis Online Instagram. *suara.com*. Diakses dari <https://yoursay.suara.com/news/2019/12/14/111621/strategi-influencer-meraup-keuntungan-bisnis-online-instagram?page=all>