

DAFTAR PUSTAKA

- Alunat, S. K., & Ariyanti, M. (2016). Pengaruh Endorsement Terhadap Sikap Konsumen dan Minat Pembelian Produk Kosmetik Pada Online Shop dengan Media Sosial Instagram. *e- Proceeding of Management*, 3(2).
- Ambarwati, M. (2015). Pengaruh Citra Merek Terhadap Minat Beli (Survei Mahasiswa Universitas Brawijaya yang Menggunakan Pasta Gigi Pepsodent). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 25(1).
- Anggi, V. F., & Soesanto, H. (2016). Analisis Pengaruh Daya Tarik dan Selebriti Endorser Pada Promo Ada AQUA Terhadap Minat Beli AMDK Merek AQUA dengan Citra Merek Sebagai Variabel Intervening. *Diponegoro Journal Of Management*, 5(3), 1-14.
- Anggraeni, M., & Asnawati. (2017). Pengaruh Celebrity Endorsement Terhadap Purchase Intention dengan Brand Image Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Iklan Produk Perawatan Kecantikan Wardah). *Prosiding Seminar Nasional Manajemen dan Ekonomi Bisnis*, 1.
- Anggraeni, R. D., Pangestuti, E., & Devita, L. D. (2018). Pengaruh Endorsement Beauty Vlogger Terhadap Minat Beli Make Up Brand Lokal (Suvey Pada Peminat Kosmetik LT Pro yang Dipengaruhi Oleh Video Vlog Ini Windy di Kota Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 60(1).
- Audia, D. S., Jayawinangun, R., & Ferdinan, F. (2018). Pengaruh Celebrity Endorser Terhadap Minat Pembelian Produk AIDI.ID (Studi Pada Follower Instagram AIDI.ID). *Jurnal Penelitian Sosial Ilmu Komunikasi*, 1(1).
- Azhar. (2018, Maret 5). *digitalentrepreneur.id*. Retrieved Juni 27, 2020, from Strategi Promosi Instagram Paling Hits Tahun 2018 bagi Para Startup: https://digitalentrepreneur.id/strategi-promosi-instagram/?bot_test=1
- Belch, G. E., & Belch, M. A. (2004). *Advertising and Promotion: An Integrated Marketing Communication Perspective The McGraw*. New York: Hill/Irwin.
- Damayanti, R. (2016). Pengaruh Celebrity Endorser, Label Halal Terhadap Minat Beli dan Loyalitas Pelanggan dengan Citra Merek Sebagai Variabel Intervening (Iklan Produk Kosmetik Sariayu). *Repository Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi YKPN*.

- Dewa, C. B. (2018). Pengaruh Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian Wisata Yogyakarta Pada Produk Oleh-Oleh Jogja Scrummy. *Jurnal Manajemen*, 8(1), 1-9.
- Durianto, D., & Liana, C. (2004). Analisis Efektivitas Iklan Televisi Softener Soft dan Fresh di Jakarta dan sekitarnya dengan Menggunakan Consumen Decition Model. *Jurnal Ekonomi Perusahaan*, 11(1), 35-55.
- Dwiyanti, E. (2008). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Beli Ulang Konsumen Terhadap Layanan Internet Banking Mandiri (Studi Kasus Pada Departemen Pekerjaan Umum Jakarta). *Program Pasca Sarjana Universitas Diponegoro*.
- Fitriana, D. W., DH, A. F., & Yulianto, E. (2017). Pengaruh Citra Merek Terhadap Faktor Psikologis dan Keputusan Pembelian (Survei pada Mahasiswa S1 Jurusan Administrasi Bisnis Angkatan 2012/2013 Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang yang Membeli dan Menggunakan Handphone Merek Samsung). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 50(1).
- Hamdan, N. (2019, Desember 28). *Tagar.id*. Retrieved Mei 22, 2020, from Pengguna Instagram di Indonesia Terbesar ke-4 Dunia: <https://www.tagar.id/pengguna-instagram-di-indonesia-terbesar-ke4-dunia>
- Haryanto, A. T. (2020, Februari 20). *detikinet*. Retrieved Mei 22, 2020, from Riset: Ada 175,2 Juta Pengguna Internet di Indonesia: <https://inet.detik.com/cyberlife/d-4907674/riset-ada-1752-juta-pengguna-internet-di-indonesia>
- Johar, D. S., Kumadji, S., & Mawardi, M. K. (2015, September 1). Pengaruh AIDA (Attention, Interest, Desire, Action) terhadap Efektifitas Iklan Online. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 26(1), 1-10.
- Kotler, P. (2001). *Manajemen Pemasaran Analisis, Perencanaan, Implementasi, dan Kontrol*. Terjemahan Hendri Teguh dan Rony A. Rusli. Jakarta: Prehallindo.
- Kotler, P. (2008). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Indeks.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran* (13 ed., Vol. 2). Jakarta: Erlangga.
- Maghfiroh, A., Arifin, Z., & Sunarti. (2016). Pengaruh Citra Merek Terhadap Minat Beli dan Keputusan Pembelian (Survei pada Mahasiswa Program Studi Administrasi Binis Tahun Angkatan 2013/2014 Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang Pembeli Indosat Ooredoo). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 40(1).

- Megayani, & Marlina, E. (2019). Pengaruh Celebrity Endorsement Terhadap Purchase Intention Melalui Brand Image Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus pada Geprek Ayam Benu di Rawamangun Periode 2018). *Jurnal Akuntansi dan Manajemen*, 16(1).
- Mubarok, D. A. (2016). Pengaruh Celebrity Endorsement Terhadap Minat Beli Konsumen. *Jurnal Indonesia Membangun*, 15(3).
- Nur, Y. (2018). Pengaruh Celebrity Endorser pada Media Sosial Instagram Terhadap Minat Pembelian Produk Lazeta Skin Care di Makassar. *Jurnal Ilmiah Bisnis dan Kewirausahaan JBK*, 7(1), Makassar.
- O, R., Sari, R. A., & Akhmal, A. (2018). Pengaruh Celebrity Endorser Irwansyah Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Toko Kue Kekinian Medan Napoleon. *Jurnal BIS-A: Jurnal Administrasi*, 7(2).
- Pakaya, S. A. (2013). Pengaruh Selebriti Endorser Pada Iklan Fresh Care Terhadap Minat Beli (Studi Kasus Agnes Monica Sebagai Endorser Produk Minyak Angin FreshCare). *Jurnal Nasional Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Gorontalo*, 1-5.
- Prasojo, E. (2019). Pengaruh Celebrity Endorsement Terhadap Minat Beli Melalui Brand Image. *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis*, 14(2).
- Pratiwi, I., & Moeliono, N. N. (2015). Pengaruh Celebrity Endorser Maudy Ayunda Terhadap Minat Beli Produk Teh Javana (Studi Pada Masyarakat di Kota Bandung). *e- Proceedings of Management*, 2(3).
- Putri, G. H., & Patria, B. (2018). Pengaruh Endorsement Selebriti Instagram Terhadap Minat Beli Remaja Putri. *Gadjah Mada Journal of Professional Psychology (GamaJPP)*, 4(1).
- Putri, I. W. (2018). Pengaruh Celebrity Endorsement Terhadap Minat Beli Dengan Citra Merek Produk Kecantikan Wardah di IPB. *Repository UNUGHA*.
- Raharjo, S. (2018). *SPSS Indonesia*. Retrieved Oktober 10, 2020, from Cara Menghitung SE dan SR dalam Analisis Regresi Linier Berganda: <https://www.spssindonesia.com/2018/02/cara-menghitung-se-sr-regresi-berganda.html>
- Redaksi, T. (2019, Maret 6). *Katadata.co.id*. Retrieved Mei 22, 2020, from Youtube, Medsos No. 1 di Indonesia: <https://katadata.co.id/infografik/2019/03/06/youtube-medsos-no-1-di-indonesia#>

- Riadi, M. (2012, Desember 25). *Kajian Pustaka.com*. Retrieved Mei 25, 2020, from Citra Merek (Brand Image): <https://www.kajianpustaka.com/2012/12/citra-merek-brand-image.html>
- SAB. (2019, Oktober 21). *sab.id*. Retrieved Juni 10, 2020, from Pengertian dari Selebgram, Paid Promote, Endorse, dan Influencer: <https://www.sab.id/blog/pengertian-dari-selebgram-paid-promote-endorse-dan-influencer/>
- Sakti, R. A. (2018). Analisis Celebrity Endorser dan Brand Awareness Pada Minat Beli Konsumen Joga Scrummy. *Skripsi Thesis*.
- Schiffman, & Kanuk. (2007). *Perilaku Konsumen* (Vol. 2). Jakarta: PT. Indeks Gramedia.
- Setiawan, L. (2018). Pengaruh Celebrity Endorsement Terhadap Purchase Intention dengan Brand Awareness Sebagai Variabel Mediasi Pada Produk Green Tea Esprescielo Allure. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 12(1), 53-60.
- 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*, 6(2).
- Sharon, F., Meilinda, L., Wijaya, S., & Iskandar, V. (n.d.). *Pengaruh Karakteristik Celebrity Endorser Melalui Media Sosial Instagram Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Restoran dan Cafe di Surabaya*. Surabaya: riset unisma.
- Shimp, T. A. (2003). *Periklanan dan Promosi*. Jakarta: Erlangga.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D*. Bandung: Alfabeta, CV.
- Sujarweni, V. W. (2014). *Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Tjokroaminoto, J., & Kunto, Y. S. (2014). Analisa Pengaruh Brand Image dan Company Image terhadap Loyalitas Retailer Studi Kasus PT Asia Paramita Indah. *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*, 2(1), 1-11.
- Whitening, S. (2017). *Instagram*. Retrieved Juli 14, 2020, from scarlett_whitening: https://www.instagram.com/scarlett_whitening/?hl=id

- Widodo, D. S. (2018). Pengaruh Endorser Selebriti Terhadap Minat Beli Secara Daring Pada Situs Shopee (Studi pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta). *Skripsi*.
- Yusron, S., Rachma, N., & Hufron, M. (2018). Pengaruh Celebrity Endorser Terhadap Minat Beli Melalui Citra Merek Sebagai Variabel Intervening Pada Pengguna Kosmetik Pixy di Toko Aster Malang. *e-Jurnal Riset Manajemen*, 8(9), 51-62.
- Yusron, S., Rachma, N., & Hufron, M. (2019). Pengaruh Celebrity Endorser Terhadap Minat Beli Melalui Citra Merek Sebagai Variabel Intervening Pada Pengguna Kosmetik Pixy di Toko Aster Malang. *e- Jurnal Riset Manajemen*, 8, 51-62.