

DAFTAR PUSTAKA

- Agustina, (Dini), Najib, (Mukhamad), & Suharjo, (Budi). (2016). Pengaruh Personalisasi Iklan Online Terhadap Sikap Dan Minat Beli Konsumen. *MIX: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 6(3), 155-115. https://doi.org/10.22441/jurnal_mix
- 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 (Andalas Management Review)*, 4(2), 16–31. <https://doi.org/10.25077/amar.4.2.16-31.2020>
- Astuti, S. I., Arso, S. P., & Wigati, P. A. (2015). PENGARUH IKLAN DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP MINAT BELI. *Analisis Standar Pelayanan Minimal Pada Instalasi Rawat Jalan Di RSUD Kota Semarang*, 3, 103–111.
- Dewi, R. (2021). *AkMen AkMen*. 18, 209–218.
- Farida, N. N. (2019). *Pengaruh Celebrity Endorser, Brand Image Dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Pada Geprek Benu Cabang Jember*.
- Joesyiana, K. (2018). Pengaruh Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Media Online Shop Shopee Di Pekanbaru (Survey pada Mahasiswa Semester VII Jurusan Pendidikan Akuntansi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Islam Riau). *Jurnal Valuta*, Vol. 4(1), 71–85.
- Juniantoko, A. D., & Supriono. (2017). Pengaruh Word of Mouth terhadap Minat Beli serta dampaknya pada Keputusan Pembelian (Survei Pada Konsumen Waroeng Latte dan The Cemiland di Kota Madiun). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 53(2), 11–18.
<http://administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id/index.php/jab/article/view/2203/2599>
- M. Sangga Buana PW. (2020). Analisis Pengaruh Celebrity Endorsement Terhadap Brand Awareness Produk ERIGO (Studi Kasus Mahasiswa S1 Universitas Sriwijaya Kampus Palembang). *Skripsi Universitas Sriwijaya Palembang*.
- Majeed, S. (2010). The impact of television advertisement repetition celebrity endorsement and perceived quality on consumers purchase decision. *Universitas Kristen Satya Wacana, Sholeh 2010*, 1–64.
- Mubarok, D. A. A. (2016). Pengaruh Celebrity Endorsement Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Pada Konsumen Mahasiswa Kelas Reguler Sore STIE INABA Bandung). *Jurnal Indonesia Membangun*, 3(1), 61–76.

- NATSIR, N., & ERNAWATI, S. (2020). Pengaruh Iklan, Kepercayaan Merek Dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Konsumen Pengguna Handphone Oppo Di Kota Bima. *Jurnal Ilmiah Manajemen "E M O R,"* 4(1), 1. <https://doi.org/10.32529/jim.v4i1.506>
- Puspasari, A. (2014). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Word of Mouth Melalui Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Ilmu Manajemen,* 2(4), 1737–1748.
- Qolbi, U. (2014). PENGARUH IKLAN TERHADAP SIKAP KONSUMEN (Survei Pada Pengunjung Yang Pernah Bermain Game Pro Evolution Soccer Di Flux Capital of Entertainment Kecamatan Blimbing Kota Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis SI Universitas Brawijaya,* 10(1), 82223.
- Rembon, A., Mananeke, L., & Gunawan, E. (2018). Pengaruh Word of Mouth Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pt.Kangzen Kenko Indonesia Di Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi,* 5(3). <https://doi.org/10.35794/emba.v5i3.18675>
- Ruhamak, M. D., & Syai'dah, E. H. (2018). The Influence of Word of Mouth, Consumer Interests and Brand Image on Consumer Decisions (Studies on Course Institution Students in the Pare English Village Area). *Ekonika: University of Kadiri's Journal of Economics,* 3(2), 14.
- Saidani, B., & Ramadhan, D. R. (2013). Jurnal riset manajemen sains Indonesia. *JRMSI - Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia,* 4(1), 53–73. <http://journal.unj.ac.id/unj/index.php/jrmsi/article/view/778>
- SAPUTRO, D. A. W. (2020). *Pengaruh Citra Merek, Selebrity Endorser, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Merek Wardah (Studi Kasus Konsumen Wardah Kab. Ponorogo).*
- Setiawan, B., & Rabuani, C. C. (2019). Pengaruh Iklan dan Endorser terhadap Brand Awareness Serta Dampaknya pada Keputusan Pembelian. *Riset,* 1(1), 001–015. <https://doi.org/10.35212/277621>
- Setiawan, L. (2018). Pengaruh Celebrity Endorsement Terhadap Purchase Intention dengan Brand Awareness sebagai Variabel Mediasi pada Produk Green Tea Esprecielo Allure. *Manajemen Pemasaran,* 12(1), 53–59. <https://doi.org/10.9744/pemasaran.12.1.53>
- Setiawaty, N. (2017). Pengaruh Iklan, Citra Merek, Dan Kepercayaan Merek Terhadap Minat Beli Konsumen Smartphone Samsung Galaxy Series (Studi Kasus Mahasiswa/I Universitas Gunadarma, Depok). *Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis,* 22(1), 96601.
- Sugianto Putri, C. (2016). Pengaruh Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Cherie Melalui Minat Beli. *PERFORMA: Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis,* 1(5), 594–603.

- Sumarauw, J., Oroh, S., & Kalele, B. (2015). Pengaruh Word of Mouth, Daya Tarik Iklan, Persepsi Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Motor Suzuki Satria Fu Pada Pt. Sinar Galesong Mandiri. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 3(3), 451–462. <https://doi.org/10.35794/emba.v3i3.9434>
- Sumarni, M., & Wahyuni, S. (2006). *Metodologi Penelitian Bisnis*. CV Andi offset.
- Surandy, Malunsenge Lucky F Tamengkel, A. Y. P. (2019). *Pengaruh Periklanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada PT. Astra International Daihatsu*. 1, 105–112.
- Taungke, G. S., & Sunarti. (2020). Pengaruh Celebrity Endorser dan Electronic Word of Mouth Terhadap Minat Beli dan Dampaknya Terhadap Keputusan Pembelian (Survei pada Konsumen Erigo di Akun Resmi Instagram Erigo). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 78(1), 209–218.