

DAFTAR PUSTAKA

- Amalia, A.C. dan Putri, G.S. (2019), “Analisa Pengaruh Influencer Social Media Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Generasi Z di Kota Surakarta”, Vol. 20, No. 2
- Alma, B., (2011), Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa, Bandung: Alfabeta
- Arum N, Rizal S, and Najib M (2019), “The Impact of Social Media Influencer and brand images to purchase intention. *Journal of Applied Management*, Vol. 17, No. 4, pp. 650-661
- Doren, V. (2010) The Vans History. Diakses tanggal 26 Juni 2015 dari <http://vans.net.au/wawcs0130206/History.html>. Diakses pada 14 Februari 2021
- Evelina, L. W. dan F. Handayani. (2018), “Penggunaan Digital Influencer dalam Promosi Produk (Studi Kasus Akun Instagram @bylizzieparra)”, *Warta ISKI*. Vol 01 (01): 71-82.
- Foong, L. S., R. Yazdanifard. (2014). “Celebrity Endorsement as a Marketing Tool, *Global Journal of Management and Business Research:e-Marketing*, 14 (4): 37-40.
- Ghozali, I. (2016). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS, Cetakan Kedelapan, Universitas Diponegoro. Semarang.
- Harahap, D.N, “Analisis Faktor-Faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen di pajak usu (PAJUS) Medan”, *Jurnal Keuangan dan Bisnis*, Vol.7 No.3, November 2016, hal 227
- Hariyanti, T. N & Wirapajaja, A. (2018), “Pengaruh Influencer Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Digital Modern (Sebuah Studi Literatur) *Jurnal EKSEKUTIF*, (Vol. 5, No. 1 Juni 2018: 133-146).
- Hasan, H., Kong, T., & Ainuddin, R. (2014), Effects of perceived value and trust on customer loyalty towards foreign banks in Sabah, Malaysia. *Global Journal of Emerging Trends in e-Business, Marketing and Consumer Psychology*, 1(2), 137–153.
- Kotler, (2003), Manajemen Pemasaran, Vol.1, Edisi 10, Jakarta:Fakultas Ekonomi, UI
- Kotler, Philip. (2007), *Manajemen Pemasaran, Analisis Perencanaan, Pengendalian*, Prentice Hall, Edisi Bahasa Indonesia. Penerbit Salemba Empat, Jakarta. (2009). Manajemen Pemasaran. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip and G. Armstrong. (2008), Prinsip-Prinsip Pemasaran. Jakarta : Erlangga (2011)

Manajemen Pemasaran. Edisi 13. Jilid Satu dan Dua.

Erlangga. Jakarta. (2012), *Prinsip-Prinsip Pemasaran 2*. Edisi Keduabelas. Erlangga.Jakarta.

Kotler, Philip., & Kevin, L. K. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.

Lai, T.L. (2004). "Service Quality and Perceived Value's Impact on Satisfaction, Intention and Usage of Short Message Service (SMS)," *Information System Frontiers*, Vol. 6, No. 4 : 353-368.

Putradana, Ivan.E dan Agustin, S (2018), "Pengaruh Harga, Promosi, Persepsi Kualitas, dan Kesadaran Merek Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Sneakers' *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*

Saidani, Basrah , Rachman, M. A, M.Rizan. (2013), "Pengaruh Kualitas Produk dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Olahraga Futsal Adidas di Wilayah Jakarta Timur" *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI)*, Vol. 4, No.2, 2013

Schiffman, L. G. dan L. L. Kanuk. (2008). *Consumer Behavior (Perilaku Konsumen)*, . Edisi Ketujuh. Indeks. Jakarta.

Shareef, M.A., Uma K., and Vinod K. (2008). "Role of different electronic e-commerce (EC) quality factors on purchase decision: A developing country perspective. *Journal of Electronic Research*, Vol. 9, No. 2, pp. 92- 113.

Suharso dan Yudi Sutarso. (2010). *Marketing in Practice*. Yogyakarta : Graha Ilmu

Sujarweni, V. W., & Utami, L. R. 2019. *The Master Book of SPSS*. Yogyakarta. Penerbit STARTUP.

Susila, A, Susanti, N, dan Verawat, R (2017), "Pengaruh Perceived Value, Harga, Kualitas Produk, dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Air Minum Dalam Kemasan (AMDK) Ayla Kemasan 600ml (Studi kasus STKIP PGRI Sumatra Barat)"

Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran jasa – prinsip, penerapan, dan penelitian*. Yogyakarta: Andi Offset.

Tjiptono dan Irawan, (2012). *Manajemen Jasa*. Andi Offset, Yogyakarta.

Zeithaml, V. A., & Bitner, M. J. (2000), *Service Marketing, Integrating Customer Focus Across the Firm*. International Edition. Second Edition. USA: McGraw-Hill Higher Education.