

## DAFTAR PUSTAKA

- Achmad, N. (2020). *Workshop Statistik Milenial*.
- Bakti, U., Hairudin, & Alie, M. S. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Produk dan Harga Terhadap Minat Beli Pada Toko Online Lazada di Bandar Lampung. *Jurnal Ekonomi*, 22.
- Fernanda, R. (2021). Pengaruh Citra Merek dan Dukungan Selebriti Terhadap Keputusan Pembelian Produk Makeup Emina Pada Mahasiswi Saat ini masyarakat Indonesia mulai Hasil dari Top Brand Award tahun. *Jurnal Ilmiah Psikologi*, 9(1), 137–146. <https://doi.org/10.30872/psikoborneo>
- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*.
- Ghozali, I., & Latan, H. (2015). *PARTIAL LEAST SQUARE Konsep, Teknik dan Aplikasi menggunakan Program*. Badan Penerbit - Undip.
- Guntur, E. M. (2010). *Transformasi Manajemen Pemasaran*. Sagung Seto.
- Halim, N. R., & Iskandar, D. A. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Strategi Promosi Terhadap Minat Beli. *Jurnal Ilmu Dan Riset ...*, 4(3), 415–424. <http://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jirm/article/view/2605>
- Hardiyanti, G. P. (2020). *ANALISIS PENGARUH HARGA, DESAIN PRODUK, CITRA MEREK ( BRAND IMAGE ), DAN BINTANG IKLAN ( CELEBRITY ENDORSER ) TERHADAP MINAT BELI KOSMETIK FOCALLURE “Studi Kasus : PT Hexindo Adi Perkasa, Tbk.”* 1–19.
- Harjanto, R. (2009). *Prinsip-Prinsip Periklanan*. Gramedia.
- J, S., & A, T. (2000). *Advertising Promotion and Supplement Aspect of Integrated Marketing Communication* (5th Editio). PT Gramedia Pustaka Utama.
- Kertamukti, R. (2015). *Strategi Kreatif dalam Periklanan: Konsep Pesan, Media, Branding Anggaran*. Raja Grafindo Persada.
- Kotler, P. (2007). *Manajemen Pemasaran* (12th ed.). PT Indeks.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2003). *Manajemen Pemasaran*. Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2008). *Manajemen Pemasaran* (12th ed.). PT Indeks.
- Kumala, O. B. (2012). *Pengaruh Word of Mouth Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Tune Hotels Kuta Bali*.
- Kusuma, D. F., & Sugandi, M. S. (2019). Strategi Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Komunikasi Pemasaran Digital Yang Dilakukan Oleh Dino Donuts. *Jurnal Manajemen Komunikasi*, 3(1), 18.

<https://doi.org/10.24198/jmk.v3i1.12963>

- Linda, M. R., Megawati, & Japriska, Y. (2014). Analisis Pengaruh Beban Kerja, Lingkungan Kerja Dan Motivasi Terhadap Kinerja Pegawai Badan Kepegawaian Daerah Kabupaten Pesisir Selatan Dengan Menggunakan Partial Least Square (Pls). *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 3(1), 74–88.
- Lou, C., & Yuan, S. (2019). Influencer marketing: how message value and credibility affect consumer trust of branded content on social media. *Interact. Advert.*
- Martono, M., & S.R, I. (2014). *Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi Terhadap Minat Beli Konsumen Produk Batik Sendang Duwur Lamongan.*
- Morissan. (2015). *Periklanan: Komunikasi Pemasaran Terpadu.* Prenada Media Grup.
- Mubarak, D. A. A. (2016). Pengaruh Celebrity Endorsement terhadap Minat Beli Konsumen. *Jurnal Indonesia Membangun*, 15(3), 61–76.
- Nurlaela, E., Z, O. K., & Pudjawati, S. (2019). *Analisis Penggunaan Celebrity endorser Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Pengguna Media Sosial.* 1–15.
- Oktaviani, E. F., & Hasanah, R. (2020). *Pengaruh Kredibilitas Endorser Rachel Venny terhadap Minat Beli Scarlett Whitening.* 7(2), 4695–4704.
- Prawira, B., & Yasa, N. N. K. (2014). *Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, dan Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Produk Smartphone Samsung di Kota Denpasar.* 3642–3658.
- Rizky, M. F., & Yasin, H. (2014). Pengaruh Promosi Dan Harga Terhadap Minat Beli Perumahan Obama PT.Nailah Adi Kurnia Sei Mencirim Medan. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 14(02), 135–143.
- Satria, A. A. (2017). *Pengaruh Harga, Promosi, Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Perusahaan A-36.* 2(April).
- Savitri, N. (2017). Pengaruh *Celebrity endorser* Dan Iklan Melalui Media Televisi Terhadap Minat Beli Pada Tokopedia Di Denpasar. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 6(8), 253221.
- Sekaran, U., & Boughie, R. (2017). *Metode penelitian untuk bisnis pendekatan pengembangan keahlian* (6th ed.). Salemba Empat.
- Setiadi, N. J. (2003). *Perilaku Konsumen.* Kencana.
- Shimp, T. A. (2014). *Komunikasi Pemasaran Terpadu* (Salemba Em).

- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D* (kedua). Alfabeta.
- Sunyoto, D. (2013). *Manajemen Pemasaran, Konsep Kasus dan Psikologi Bisnis*. CAPS.
- Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa: Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*. Andi Offset.
- Tjiptono, & Fandi. (2003). *Total Quality Manajemen*. Andi.
- 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*, 51–62.