

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, T. dan F. T. (2016). *Manajemen Pemasaran*. PT. Rajagrafindo Persada.
- Amstrong, and P. K. and. (2015). *Principle of Marketing. 15th edition*. Prentice-Hall Published.
- Anggi, V. F., & Soesanto, H. (2016). Analisis Pengaruh Daya Tarik Iklan dan Selebrity Endorser pada Promo dan Aqua Terhadap Minat Beli AMDK Aqua Dengan Citra MMerek Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus pada Mahasiswa S1 di Jawa Tengah dan DIY). *Diponegoro Journal of Management*, 5(3), 1–14.
- Ansofino. (2016). *Ajar Ekonometrika*. Deepublish.
- Aprilia A. Jacob, S. L. H. V. J. L. (2018). *PEMBELIAN PRODUK CHITATO CHIPS PADA MAHASISWA FEB UNSRAT THE INFLUENCE OF AD ATTRACTION AND PRODUCT IMAGE TO THE PURCHASING*. 6(2).
- Arikunto, S. (2017). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Cetakan Kelimabelas. PT Asdi Mahasatya.
- Astari, D. A. C. (2018). *MOTIVASI PEMBELIAN IMPULSIF ONLINE SHOPPING PADA INSTAGRAM (Analisis Deskriptif Motivasi Konsumen Dalam Melakukan Pembelian Online Pada Instagram)* Dewa. 1–13.
- Astuti, R. L. M. B. (2016). *Pengaruh Promosi Online dan Celebrity Endorser terhadap Minat Beli Konsumen Tas Online Shop Fani House*.
- Buchory, A. H. & S. D. (2016). *Manajemen Pemasaran; Edisi Pertama*. Linda Karya.
- Dewi, S. K., Siburian, P. S., & Indriastuti, H. (2017). *Pengaruh motivasi konsumen , persepsi dan sikap konsumen terhadap keputusan pembelian mobil The influence of consumer motivation , perceptions and consumer attitudes toward car purchase decisions*. 9(2), 105–110.
- Fatimatussahro, A. (2018). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek dan Motivasi Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Es Krim Wall's. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 1–7.
- Ghozali, I. (2015). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

- Handayani, F., & Bawono, A. (2020). *PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP BRAND IMAGE PRODUK ROTI BREADTALK DI JAKARTA*. 26–36.
- Husein, A. (2018). *ANALISIS PENGARUH IKLAN DAN CELEBRITY ENDORSER TERHADAP CITRA MEREK DALAM MENINGKATKAN MINAT BELI SHAMPOO PENTENE PADA MASYARAKAT KOTA PEKANBARU*.
- Jatra, D. A. D. P. D. I. M. (2018). PERAN BRAND AWARENESS DALAM MEMEDIASI PENGARUH DAYA TARIK IKLAN TERHADAP NIAT BELI. *Dewa Ayu Diah Paramita Dewi 1 I Made Jatra* 2, 7(8), 4599–4627.
- Joel, G. (2017). *PENGARUH MOTIVASI, PERSEPSI HARGA, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN SEPEDA MOTOR MATIC MEREK YAMAHA MIO DI KOTA MANADO*. 2(3), 1463–1472.
- Kotler, Philip and Amstrong, G. (2014). *Principle of Marketing. 15th Edition*. Prentice-Hall Published.
- Kotler, Philip and Amstrong, G. (2016). “*Dasar-Dasar Pemasaran*”. *Alih Bahasa oleh Alexander Sindoro dan Tim Mark Plus, Edisi Kesembilan*. Indeks Gramedia Jakarta.
- Kotler, Philip and Keller, K. L. (2016a). *Marketing Management*. Pearson Prentice Hall.
- Kotler, Philip and Keller, K. L. (2016b). *No Title Marketing Management, 15th Edition, Pearson Education, Inc.*
- Lampengan, P., Massie, J. D. D., & Roring, F. (2019). *BELI PENGGUNA ONLINE SHOP ZALORA PADA MAHASISWA FAKULTAS THE INFLUENCE OF CONSUMER MOTIVATION , TRUST , AND ATTITUDE TO BUYING INTEREST OF USERS ZALORA ONLINE SHOP , STUDENTS OF FACULTY OF ECONOMICS AND*. 7(4).
- Lovelock, Christoper dan Wirtz, J. (2016). *Service Marketing*. Pearson Education, Inc.
- Luthfina, S. (2020). Penggunaan Celebrity Endorsement Dalam Periklanan Online (BTS Sebagai Celebrity Endorser Perusahaan Fila). *Jurnal InterAct*, 9(1), 1–

12. <https://doi.org/10.25170/interact.v9i1.1705>

- Mudiantono. (2016). *ANALISIS PENGARUH BRAND AMBASSADOR, KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP BRAND IMAGE SERTA DAMPAKNYA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi Kasus Pada Konsumen Face Care Garnier Di Kota Semarang)*. 5, 1–12.
- Nugroho, P. A., & Suroto, S. K. (2015). The Relationships of Reputation, Advertisement Attractiveness, Community Effect with Customer Value and Positive Words of Mouth of Bear Brand Milk Consumers in Malang. *Journal of Management*, 2(7), 620–631.
- Nune, S. I., Ismail, Y. L., Manajemen, J., Ekonomi, F., & Negeri, U. (2018). *Pengaruh atribut produk dan daya tarik iklan terhadap minat beli konsumen pada ikan sagela olamita di ikm kreatif gorontalo*. 1(2), 191–207.
- Nurmayanti1, P. (2016). *PENGARUH DAYA TARIK IKLAN MOTIVASI KONSUMEN DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MITSUBISHI PAJERO SPORT PADA PT. SUMATERA BERLIAN MOTOR RANTAUPRAPAT*. 3(1), 24–35.
- Pohan, M. M., & Sukmal, J. (2020). Pengaruh Daya Tarik Iklan Terhadap Minat Beli ( Studi Pada Smartphone Merk Oppo ). *Jurnal Ilmu Manajemen*, 02(01), 13–17.
- Prabowo, Y. W. (2018). *PENGARUH CELEBRITY ENDORSER TERHADAP MINAT BELI ( Survei pada Pengunjung 3Second Store di Jalan Soekarno Hatta Malang )*. 14(2), 1–7.
- Priansa, D. (2017). *Perilaku Konsumen dalam persaingan bisnis komtemporer*. Alfabeta.
- Ricardo, D., Setyanto, Y., & Sudarto, A. (2020). Pengaruh Daya Tarik Iklan Shopee di Televisi terhadap Minat Beli Berdasarkan Elaboration Likelihood Model di Lingkungan Mahasiswa Ilmu Komunikasi UMN Angkatan 2016. *Prologia*, 4(1), 194. <https://doi.org/10.24912/pr.v4i1.6473>
- Rida Amelia, S., Kardinal, & Megawati. (2016). Pengaruh Daya Tarik Iklan dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Melalui Situs Tokopedia ( Studi Kasus Mahasiswa STIE MDP ). *Manajemen*, x, 1–14.

- Riduwan. (2017). *Metode dan Teknik Menyusun Proposal Penelitian*. Alfabeta.
- Saraswati, C., Suharno, & Achmad, G. N. (2020). the Effect of Advertising Attractiveness and Celebrity Endorser on Brand Image and Buying Intention of Shampoo Pantene. *Procuratio: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 8(2), 216–226.
- Saridewi, M. (2017). *Pengaruh Brand Ambassador (Visibility, Creadibility), dan Celebrity Endorsement terhadap Brand Image Produk Batam Ogura Pada Mahasiswa Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Maritim Raja Ali Haji*. 1–15.
- Sartika, D. (2017). *ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT BELI ULANG PRODUK YOU C 1000 SERTA DAMPAKNYA*. 2(1), 10–21.
- Sharon, F., Meilinda, L., & Iskandar, V. (2018). Pengaruh Karakteristik Celebrity Endorser Melalui Media Sosial Instagram Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Restoran Dan Café Di Surabaya. *Jurnal Hospitality Dan Manajemen Jasa*, 390–404.
- Stephanie, E., Rumambi, L. J., & Kunto, Y. S. (2018). 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. *Manajemen Pemasaran*, 1(2), 1–9. <http://publication.petra.ac.id/index.php/manajemen-pemasaran/article/view/1044>
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Manajemen*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D (Edisi Revisi)*. Alfabeta.
- Suharto, C. A. A. (2016). *ANALISIS PENGARUH CITRA MEREK, HARGA, DAN DAYA TARIK IKLAN TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PADA PT. REMAJA JAYA MOBILINDO MANADO*. 4(3), 209–221.
- Suryawijaya, H., & Rusdi, F. (2021). Pengaruh Daya Tarik Iklan di Media Sosial Instagram terhadap Minat Beli Konsumen (Survei Terhadap Produk Sepatu Brodo di Kalangan Anak Muda Jakarta Barat). *Prologia*, 5(1), 60. <https://doi.org/10.24912/pr.v5i1.8111>

- Swastha, Bashu dan Handoko, H. (2016). *Majemen Pemasaran, Analisa Perilaku Konsumen*. BPFE.
- Taotao, Y., & Lihong, W. (2016). 杨涛涛1 王丽红2 王永红1. 3(1), 8–10.
- Tjiptono, F. (2016). *Pemasaran*. CV. ANDI OFFSET.
- Tjiptono, F. (2017). *Pemasaran*. Andi.
- Tutia, I., & Najib, M. F. (2019). Pengaruh Citra Merek dan Kesadaran Merek Terhadap Minat Beli Sport Hijab. *Prosiding Industrial Research Workshop and ...*, 697–705. <https://jurnal.polban.ac.id/ojs-3.1.2/proceeding/article/view/1501>
- Umar, H. (2017). *Deasain Penelitian MCDM dan Prilaku Karyawan*. PT Rajagrafindo Persada.
- Wilson, N. (2020). Analisis Pengaruh Dimensi Celebrity Endorser Terhadap Kesadaran Merek Dan Intensi Pembelian: Studi Kasus Pada Sektor Chinese-Brand Smartphone Di Indonesia [Analysis of the Effect of Celebrity Endorser Dimensions on Brand Awareness and Purchase Intention: . *DeReMa (Development Research of Management): Jurnal Manajemen*, 15(1), 15. <https://doi.org/10.19166/derema.v15i1.2248>
- Yudiaatmaja, F. (2017). *Analisis Jalur*. PT Rajagrafindo Persada.
- Yusron, S. (2018). *PENGARUH CELEBRITY ENDORSER TERHADAP MINAT BELI MELALUI CITRA MEREK SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA PENGGUNA KOSMETIK PIXY DI TOKO ASTER MALANG*. 51–62.