

DAFTAR PUSTAKA

- Kepada, D., Manajemen, P., Ekonomi, F., & Negeri, U. (2018). *Diajukan Kepada Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Makassar Untuk Diuji Pada Seminar Hasil Penelitian Skripsi*. 1–63.
- Satria, A. A. (2017). Pengaruh Harga, Promosi, Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Perusahaan A-36. *Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 2(1), 45–53.
- Anwar, R., & Adidarma, W. (2016). Pengaruh Kepercayaan Dan Risiko Pada Minat Beli Belanja Online Rosian Anwar 1 Wijaya Adidarma 2. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Sriwajaya*, 14, 2.
- Wicaksono, S. A. (2015). Pengaruh Merek Dan Desain Terhadap Minat Beli Konsumen. *Pengaruh Merek Dan Desain Terhadap Minat Beli Konsumen*, 1–84. Retrieved From <Http://Lib.Unnes.Ac.Id/21460/1/7350408041-S.Pdf>
- Kesadaran, M., Untuk, M., Aktif, B., & Glennardo, Y. (N.D.). *Viral Marketing Sebagai Media Pemasaran Sosial Dalam*. (2013).
- Hamdani, M. Y., & Mawardi, M. K. (2018). Pengaruh Viral Marketing Terhadap Kepercayaan Konsumen Serta Dampaknya Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurna Administrasi Bisnis*, 60(1), 163–171.
- Senudin, A. Y. (2016). *Plagiat Merupakan Tindakan Tidak Terpuji 2*. 1–177. Retrieved From Https://Repository.Usd.Ac.Id/8332/1/121414071_Full.Pdf
- Kirby Naribia Ayu Dharma, D. D. I. M. (2017). Pengaruh Celebrity Endorser Jkt48 Terhadap Minat Beli Konsumen Im3 Play (Studi Kasus Pada Pengunjung Teater Jkt48 Periode 21 Februari 2016) The Impact Of Celebrity Endorser Jkt48 On Im3 Play Purchase Intention (*Case Study On Theatergoers Jkt48 The Peri*. 4(2), 1304–1311.
- Fitrianda, M. I. (2013). Digital Digital Repository Repository Universitas Universitas Jember Jember Digital Digital Repository Repository Universitas Universitas Jember.
- Kurniawan, F. J. (2014). Analisa Pengaruh Visibility, Credibility, Attraction, Dan Power Celebrity Endorser Terhadap Brand Image Bedak Marcks Venus. *Jurnal Strategi Pemasaran*, 2(1), 1–8. Retrieved From <Http://Publication.Petra.Ac.Id/Index.Php/Manajemen-Pemasaran/Article/View/2641>

- Wijanarko, P., & Arifin, Z. (2016). Pengaruh Celebrity Endorser Terhadap Citra Merek Dan Dampaknya Pada Keputusan Pembelian (Survei Kepada Pengunjung Warung Kopi Kriwul, Kelurahan Merjosari, Kecamatan Lowokwaru, Kota Malang Yang Pernah Melihat Iklan Dan Membeli Top Coffee). *Jurnal Administrasi Bisnis S1 Universitas Brawijaya*, 34(1), 165–171.
- Yulianto, E. (2018). *Pengaruh Celebrity Endorser Jkt 48 Terhadap Brand Awareness Pada Iklan Sepeda Motor Honda Beat (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang)*. 65(1).
- Faradila, P. (2016). Pengaruh Penggunaan Celebrity Endorser (Daya Tarik, Kepercayaan, Keahlian) Pada Iklan Yamaha Mio M3 Terhadap Pembentukan Brand Image (Studi Pada Yamaha Mataram Sakti Semarang). *Journal Of Chemical Information And Modeling*, 53(9), 1689–1699. <https://doi.org/10.1017/Cbo9781107415324.004>
- Lailatan Nugroho, B. I. (2017). Analisis Pengaruh Brand Image, Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Mobil (Studi Kasus Mobil Legc Di Surakarta). *Eksis: Jurnal Riset Ekonomi Dan Bisnis*, 12(1), 1–8. <https://doi.org/10.26533/Eksis.V12i1.75>
- Silape, B. R., & Mananeke, L. (2019). *Keputusan Pembelian Laptop Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Unsrat Influence Of Brand Image Pricing Strategy To Laptop Buying Decision In University Students At Economy And Business Faculty Sam Ratulangi*. 7(1), 961–970.
- Kurniawan, F., Arifin, Z., & Fanani, D. (2018). Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Kepada Para Siswa Sman 15 Surabaya Kelas Xii Yang Menggunakan Laptop Ber Merek Asus). *Jurnal Administrasi Bisnis (Jab)|Vol, 56(1)*, 75–81.
- Indrawati, D. (2015). Pengaruh Citra Merek Dan Gaya Hidup Hedonis Terhadap Keputusan Pembelian Jilbab “Zoya.” *Jurnal Riset Ekonomi Dan Manajemen*, 15(2), 302. <https://doi.org/10.17970/Jrem.15.150207.Id>
- Darmayanti, N., & Jatra, I. (2015). Pengaruh Atribut Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Samsung Android Di Kabupaten Gianyar. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 4(2), 31–44.
- Dimas. (2016). Pengaruh Strategi Brand Extension Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Acer Dengan Brand Image Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Pengunjung Wtc Dan Marina Plaza Di Surabaya Dimas. (75), 75–84.

- Pembelian, K. (2014). *Pengaruh Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Wimcycle Agent Series (Studi Kasus Pada : Wimcycle) The Influence Of Celebrity Endorser To Purchase Decision On Wimcycle Agent Series Bycycle (Study Case At : Wimcycle)* Muhamad Kamal Mukl.
- Ristiani, M. (2016). *Pengaruh Celebrity Endorser (Raisa Andriana) Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Produk Es Krim Magnum Di Bandar Lampung.*
- Stephanie, E., Rumambi, L. J., & Sondang, Y. (2013). Analisa Pengaruh Rio Dewanto Dan Donita Sebagai Celebrity Endorser Terhadap Minat Beli Rroduk Axe Anarchy Dengan Daya Tarik Iklan Dan Efek Iklan Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 1(2), 1–9.
- Pratiwi, I., Moeliono, N., S1, P., Bisnis, A., Komunikasi, F., Bisnis, D., & Telkom, U. (2015). Pengaruh Celebrity Endorser Maudy Ayunda Terhadap Minat Beli Produk Teh Javana (Studi Pada Masyarakat Di Kota Bandung). *E-Proceeding Of Management*, 2(3), 3576–3585.
- Norfianti, K. (2012). Analisis Pengaruh Citra Merek , Persepsi Harga Dan Daya Tarik Iklan Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Produk Air Minum Dalam Kemasan (Amdk) Galon Merek Aqua (Studi Kasus Pada Mahasiswa Di Kota Semarang). *Repositori Universitas Diponegoro*, 1–41.
- Ulza, E. (2019). *Pengaruh Brand Image Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian.* 8(1), 59–66.
- Riyono, & Budiharja, G. E. (2016). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Aqua Di Kota Pati. *Jurnal Stie Semarang*, 8(2), 92–121.
- Latief, A. (2018). Analisis Pengaruh Produk, Harga, Lokasi Dan Promosi Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Warung Wedang Jahe (Studi Kasus Warung Sido Mampir Di Kota Langsa). *Jurnal Manajemen Dan Keuangan*, 7(1), 90–99. <https://doi.org/10.33059/Jmk.V7i1.756>
- Maulana, N. (2018). Pengaruh Viral Marketing Terhadap Minat Beli Minang Mande Cake Melalui Media Sosial Instagram: Pengujian Keterlibatan Konsumen Dan Sikap Terhadap Merek Sebagai Variable Pada Konsumen Minang Mande Cake Padang). (2). Mediasi (Survei <https://doi.org/10.1051/Mateconf/201712107005>
- Dhani, M., & Irawan, A. (2019). *Pengaruh Tagline Iklan Dan Celebrity Endorser Terhadap Brand Awareness Dan Minat Beli (Survei Pada Mahasiswa Program Sarjana Pengguna Smartphone Oppo F3 Plus Di Universitas Brawijaya).* 75(1).

- Nurdin, S., Widjaja, Y. R., Mustika, R., Endorser, C., & Beli, M. (2009). *Dampak Celebrity Endorser Dan Iklan Terhadap Minat Beli*. 153–164.
- Dosen, M. S. (2015). Pengaruh Brand Image, Kualitas Produk, Dan Reference Group Terhadap Minat Beli Produk Kosmetik Lipstik Wardah Di Kota Malang. *Journal Of Chemical Information And Modeling*, 53(9). <https://doi.org/10.1017/Cbo9781107415324.004>
- Sepang, J., & Joel, G. (2014). Pengaruh Motivasi, Persepsi Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Sepeda Motor Matic Merek Yamaha Mio Di Kota Manado. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 2(3), 1463–1472.
- Oktaviani, L. (2014). *Analisis Pengaruh Brand Image (Citra Merek), Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Minat Beli Produk Mie Instan Supermi (Studi Kasus Pada Konsumen Mie Instan Supermie Di Kota Semarang)*.
- Supriyadi, S., Wiyani, W., & Nugraha, G. I. K. (2017). Pengaruh Kualitas Produk Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 4(1). <https://doi.org/10.26905/jbm.v4i1.1714>
- Arsyanti, N. M., & Astuti, S. R. T. (2016). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan Dan Keragaman Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Serta Dampaknya Terhadap Minat Beli Ulang. *Issn 2337-3792*, 5(2), 1–11. <https://doi.org/2337-3792>
- Purba, R. S. (2016). Pengaruh Viral Marketing Melalui Aplikasi Line Terhadap Keputusan Pembelian. *E-Proceeding Of Applied Science*, 2(2), 469–474.
- Catur Bagus Wicaksono, K. (2013). Mengukur Efektivitas Social Media Bagi Perusahaan. *Binus Business Review*, 4(1), 551. <https://doi.org/10.21512/bbr.v4i1.1419>
- Lusi Agustina. (2017). *Pengaruh Gaya Hidup, Harga, Promosi, Citra Merek Dan Viral Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Oppo*. 1–12.
- Julianti, N. L., Nuridja, M., & Meitriana, M. A. (2014). Pengaruh Suasana Toko (Store Atmosphere) Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Toserbanusa Dua Permai. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*, 4(1). Retrieved From <https://ejournal.undiksha.ac.id/index.php/jjpe/article/view/4119>
- Meldarianda, R., Lisan, H., Kristen, U., & Bandung, M. (2010). Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Resort Café Atmosphere Bandung. *Jurnal Bisnis Dan Ekonomi (JBE)*, 17(2), 97–108.

- Kepercayaan, P., Motivasi, D. A. N., Minat, T., Pengguna, B., Tilaar, F., Roring, F., ... Manajemen, J. (2018). Pengaruh Kepercayaan, Dan Motivasi Terhadap Minat Beli Pengguna Shoppe Secara Online Pada Anggota Pemuda Gmim Zaitun Mahakeret. *Jurnal Emba: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 6(4), 2028–2037.
- Widjaja, Y. R., & Alexandra, R. (2019). The Impact Of Viral Marketing On Consumer Interest On Indihome Product. *Jurnal Apresiasi Ekonomi*, 7(1), 103–107. <https://doi.org/10.31846/Jae.V7i1.141>
- Supriyadi, Wahyu Wiyani, G. I. K. . (2019). Pengaruh Kualitas Produk Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Mahasiswa Pengguna Produk Sepatu Merek Converse Di Fisip Universitas Merdeka Malang). *Journal Of Chemical Information And Modeling*, 53(9), 1689–1699. <https://doi.org/10.1017/Cbo9781107415324.004>
- Surniandari, A. (2017). Viral Marketing Sebagai Alternatif Strategi Pemasaran Produk Sariz. *Jurnal Widya Cipta*, 1(1), 1–2.