

## DAFTAR PUSTAKA

- Anas, A. A., & Sudarwanto, T. (2020). PENGARUH CELEBRITY ENDORSER TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI EIGER STORE ROYAL PLAZA SURABAYA. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN) Volume 8 No 3 Tahun 2020*, 8, 953-958.
- Afrina Yasmin, Sadia Tasneem, Kaniz Fatema. 2015. Effectiveness of Digital Marketing (Siti Khoziyah, 2021)in the Challenging Age.
- Antoro., Sutrasnawati. (2015) Perilaku Konsumen. Edisi Pertama. Jakarta : Penerbit PT. Indeks.
- Bunga Aditi1, H. M. (2018). Pengaruh Atribut Produk, Kualitas Produk dan Promosi, Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Merek Honda Di Kota Medan. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis, Vol 19 No. 1, 2018, 19*, 64-72.
- Bramantya, Y., & Jatra, I. (2016). Pengaruh Celebrity Endorser Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Yamaha Jupiter Mx Di Kota Denpasar. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 5(3), 255237.
- Dewa, C. B. (2018). *Jurnal Manajemen, Vol 8, No 1 (2018)*, 8, 1-9.
- Dewi Rosita, I. N. (2021). Pengaruh Celebrity Endorser dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Wardah pada Konsumen Mahasiswa. *INOBISS: Jurnal Inovasi Bisnis dan Manajemen Indonesia Volume 04, Nomor 04, September 2021, 04*, 494-505.
- Ekasari1, R. (2021). PENGARUH KUALITAS PRODUK, DIGITAL MARKETING DAN. *IQTISHADequity Volume 4, No. 1, Tahun 2021, 4*, 1-10.
- Fauzi, Y. (2015). Manajemen Pemasaran Perspektif Maqasid Syariah. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 1(03).
- Firmansyah, M. A. (2019). Pemasaran Produk dan Merek (Planning & Strategy). Qiara Media.
- Gani, A. 2016. Penggunaan Internet Beserta Dampaknya. *Jurnal Ilmiah Betrik: Besemah Teknologi Informasi dan Komputer*, 7(1): 36-49
- Heda, N. (2017). Pengaruh Celebrity Endorser dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Sampo (Studi Kasus pada Merek Clear). In Skripsi.
- Khoirotunnisa, A., & Titis. S. D. (2016). Pengaruh Atribut Produk Terhadap Proses Keputusan Pembelian Konsumen Pada Smartphone Asus. *Jurnal Ekonomi Bisnis*, 21(1), 28-35.
- Kotler, Keller. 2016. *Marketing management*. 15e, Boston, Pearson Education
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*. Jakarta: Essex Pearson Education Limited.
- Kotler, P., Keller, K.L. (2015), *Marketing Management*, 14th Edition, Pearson Education Limited.
- Marsilina M., Fransilia. 2019. Pengaruh Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Pada Matahari Department Store Manado Town Square, *Jurnal Administrasi Bisnis*. Vol. 9. No. 1, 2019 (p-ISSN 2338-9605; e-2655-206X).
- Mohammad, A. 2021. Pemanfaatan Instant Messenger Telegram Sebagai Alat Penyebaran Paham Radikal Di Indonesia. *Medina-Te: Jurnal Studi Islam*, 18(1): 73-83.
- Mahir Pradana, A. R. (2016). Pengaruh atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Merek Customade . *Jurnal Manajemen Vol. 6*, 1.

- Mubarak, N., DH, A. F., & Nuralam, I. P. (2018). Pengaruh Celebrity Endorser Pada Media Sosial Instagram Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Online pada Konsumen Produk Erigo Jakarta melalui Instagram). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 62(1), 18–25.
- Philip Kotler, 2017, Manajemen Pemasaran. Jilid I. Edisi ke 13, Erlangga, Jakarta.
- Pramulanto, H. (2018). PENGARUH ATRIBUT PRODUK DAN PENETAPAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (STUDI KASUS ELECTROPLATING PART (STUDI KASUS ELECTROPLATING PART. *JURNAL LENTERA BISNIS Vol .7 No. 1, Mei 2018, 7, 46=55.*
- Priyono, D. E. (2015). The Effect of Celebrity Endorsement, Trust, Brand Image on Purchase Intention of Maybelline Cosmetic in Surabaya. *Perbanas.*
- Permatasari, A. M. (2017). Pengaruh Perception of Green Product, Brand Personality dan Perceived Quality Terhadap Minat Beli (Studi Empiris yang Dilakukan Pada Konsumen Produk Naava Green Cabang Yogyakarta). Yogyakarta: Universitas Negeri Yogyakarta.
- Puji Rachmaningtyas1, M. A. (2022). Pengaruh Celebrity Endorser, Daya Tarik Iklan, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ekobistek Vol. 11 No. 4, 11, 389-396.*
- R., R. Z., & Rina, N. (2018). PENGARUH CELEBRITY ENDORSER HAMIDAH RACHMAYANTI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK ONLINE SHOP MAYOUTFIT DI KOTA BANDUNG. [*JURNAL LONTAR VOL. 6 NO 1 JANUARI-JUNI 2018, 43-57*], 6, 43-57.
- Rizki Febrianoor1), I. E. (2022). Pengaruh Atribut Produk dan Promosi Melalui Media Sosial Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Produk Waralaba Miltie bubble Di Banjarmasin Yang Di Mediasi Minat Beli. *Jurnal Bisnis dan Pembangunan, Edisi Januari-Juli 2022, 11, 66-74.*
- Rachmadi, Tri. 2020. The Power Of Digital Marketing.
- Ramadhan, (2017). Pelaksanaan Sistem Online Pada Pelayanan Pengaduan Melalui E-Governance Yang berbasis Aplikasi (Studi Kasus Aplikasi Gampil dan Hayu Bandung di Dinas komunikasi dan informatika Pelayanan Terpadu Satu Pintu).
- Saputra1, G. W. (2020). PENGARUH DIGITAL MARKETING, WORD OF MOUTH, DAN. *E-Jurnal Manajemen, Vol. 9, No. 7, 2020, 9, 2596-2620.*
- Subagio, R.A., Suharyono., & Kusumawati, A. (2015). Pengaruh Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Konsumen Produk Low Cost Green Car Astra Daihatsu Ayla di PT. Jolo Abadi, Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 23(1), 1-9.
- Sintani, L. (2016). Pengaruh Penggunaan Celebrity Endorser Isyana vs Gangster´ Terhadap Brand Awareness Masyarakat Surabaya. *Jurnal E-Komunikasi*, 4(1), 1–10.
- Siti Khoziyah, E. E. (2021). PENGARUH DIGITAL MARKETING TERHADAP KEPUTUSAN. *Jurnal Ilmu Komunikasi / Vol. 10 No. 1, Maret 2021, 10, 39-50.*
- Sri Padmantlyo1, L. T. (2017). Pengaruh Atribut Produk, Gaya Hidup dan Celebrity Endorser terhadap Pembelian Smartphone di Surakarta. *The 6th University Research Colloquium 2017, 185-190.*

- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: CV.Afabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Siregar, Syofian. *Metode Penelitian Kuantitatif Dilengkapi Perbandingan Perhitungan Manual & SPSS*. Jakarta: Kencana, 2013.
- Triyadi. 2021. Pengaruh Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian pada PT. Cololite Indonesia di Jakarta. *Jurnal Ekonomi Efektif*, Vol. 3, No. 3, April 2021
- Z. Duwila., A. S. (2022). PENGARUH CELEBRITY ENDORSMENT, BRAND AWARENESS DAN LIFESTYLE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SCARLETT WHITENING KOTA MANADO. *Jurnal EMBA*, 10, 269 - 278.

