

DAFTAR PUSTAKA

- A Shimp, T. 2010. *Advertising, Promotion, & Other Aspects Of Integrated Marketing Communication*. Cengage Learning.
- A Shimp, T. 2014. *Komunikasi Pemasaran Terpadu Dalam Periklanan Dan Promosi*. Jakarta: Salemba Empat.
- Aisy, R.R. 2021. Pengaruh Digital Marketing Dan Brand Loyalty Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ekonomi*, 1(1): 1–160.
- Assidiq, A.M., Oktaviani, D. & Sandhi, R.A. 2022. Pengaruh Digital Marketing, Kualitas Layanan, Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Telemedicine. 4(2).
- Baharuddin, N.U. 2018. Efektivitas Digital Marketing Dalam Meningkatkan Loyalitas Konsumen Chocolicious Indonesia.
- Coviello, N., Milley, R. & Marcolin, B. 2001. Understanding IT-enabled Interactivity In Contemporary Marketing. *Journal of Interactive Marketing*, 15(4): 18–33.
- Dwiyanto, A. 2002. *Manajemen Pelayanan Publik: Peduli, Inklusif, dan Kolaboratif*. Yogyakarta: Gaja Mada University Press.
- Febriani, N. 2021. Efektivitas Strategi Komunikasi Pemasaran Celebrity Endorsement di Instagram Terhadap Generasi Z.
- Hair, J.F., Black, W.C., Babin, B.J. & Anderson, R.E. 2011. *Multivariate Data Analysis*. 7 ed. New Jersey: Pearson.
- Harman, A., Wahyudi, O.B. & Goenawan, F. 2021. Efektivitas Penggunaan Paula Verhoeven Sebagai Celebrity Endorser Iklan MakeOver di YouTube.
- Hermawan, A. 2012. *Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Jaiz, M. 2014. *Dasar-Dasar Periklanan*. 1 ed. Yogyakarta: Graha Ilmu.

- Kadek, Ay.D.S.K.S., I, K.N. & Alit, S. 2016. Pengaruh Celebrity Endorser, Brand Image dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pembelian Produk Pembersih Wajah Men's Biore. 5(7): 4022.
- Kotler, p dan Armstrong, G. 2014. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Kotler dan Keller 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler dan Keller 2015. *Manajemen Pemasaran*. 13 ed. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P. 2005. *Manajemen Pemasaran*. Kesebelas ed. Jakarta: Indeks.
- Kotler, P. 2008. *Manajemen Pemasaran*. Millenium ed. Jakarta: PT. Prenhallindo.
- Kotler, P. & Amstrong, G. 2008. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. 1 ed. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P. & Armstrong, G. 2012. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. 13 ed. Jakarta: Erlangga.
- Lisarini, E. 2019. Macam Media Komunikasi Pemasaran Beras Pandanwangi dan Penyampaian Terhadap Tingkat Efektivitas Komunikasi Pemasaran di Cianjur (Studi Kasus Koperasi Kesejahteraan Unsur, CV Pure, PB Sindang Asih, PB OKH dan Toko Pribadi).
- Mahardini, N.C. & Herieningsih, S.W. 2017. Hubungan Terpaan Iklan, Promosi Penjualan Dengan Keputusan Pembelian Produk Indihome PT. Telkom Indonesia.
- Mozin, M.D.M., Octaviany, V. & Baharta, E. 2019. Efektivitas Pemasaran Online Pada Shopping Mall Kota Bandung 2019.
- Nazar, M.A. 2021. Pengaruh Informasi Produk Terhadap Efektivitas Keputusan Pembelian Melalui Efektivitas Digital Marketing Pada Pengguna Shopee. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 6(2): 205–217.
- Rachmadi, T. 2020. *Sistem Basis Data*. Tiga Ebook.

- Rahma, H.M. 2021. Pengaruh Online Customer Review, Celebrity Endorser, Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare MS Glow. *Jurnal Ekonomi*, 6.
- Rajab, M.N. 2021. Pengaruh Brand Dan Brand Trust terhadap Brand Loyalty Produk Telkomsel Pada Konsumen Di Tangerang Selatan.
- Ryan, D. & Jones, C. 2009. *Understanding Digital Marketing: Marketing Strategies For Engaging The Digital Generation*. Kogan Page Limited.
- Sampurno, N.V., Ciakrawinata, C.P. & Jokom, R. 2019. Pengaruh Karakteristik Selebriti Endorser Terhadap Minat Beli Melalui Kesadaran Merek Hotel Di Instagram. 5(1): 37.
- Santoso, A. 2011. *Serat Pangan (Dietary Fiber) Dan Manfaatnya Bagi Kesehatan*. Jurusan Te ed. Unwhidha Klaten.
- Saputra, G.W. & Ardani, I.G.K.S. 2020. Pengaruh Digital Marketing, Word Of Mouth, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Manajemen*, 9(7): 2596–2620.
- Sartika 2018. Pengaruh Celebrity Endorser Dan Media Iklan Televisi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pond's Di Kota Makassar.
- Sarwono, J. & Nariwamawati, U. 2015. *Membuat Skripsi Tesis dan Disertasi: Partial Least Square SEM (PLS-SEM)*. Yogyakarta: Andi.
- Schiffman, leon G. & Kanuk, L.L. 2009. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT. Indeks Group Media.
- Schiffman & Kanuk 2008. *Perilaku Konsumen*. 7 ed. Jakarta: Indeks.
- Schiffman & Kanuk 2010. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT. Indeks.
- Siregar, S. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif: Dilengkapi Dengan Perbandingan Perhitungan Manual dan SPSS*. Jakarta: Kencana.
- Sugiyono 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung:

Alfabeta.

Sutama 2016. *Penelitian Pendidikan Kuantitatif, Kualitatif, PTK, dan R&D*. Kartasura: Fairuz Media.

Sutrisna 2021. Pengaruh Pemasaran Digital Marketing Dan Kesadaran Merek Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Marketplace Lazada Di Kota Tasikmalaya. 17–19.

syafitri, P.E. 2019. Pengaruh Celebrity Endorser Terhadap Minat Beli Pengguna Sosial Media Instagram Pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Makassar. 54.

Syuhada, P.S. & Widodo, A. 2019. Efektivitas Viral Marketing Menggunakan Electronic Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Pada Shopee.

Tjiptono, F. & Chandra, G. 2017. *Pemasaran Strategi: Mengupas Pemasaran Strategik, Branding Strategik, Customer Satisfaction, Strategi Kompetitif Hingga E-Marketing*. 3 ed. Yogyakarta: Andi.

Urban, G.L. 2004. *Digital Marketing Strategy: Text and Cases*. Pearson Education.

Wijayanto, A. 2008. Analisis Produk Korelasi Moment Pearson.

Zahra, R.R. & Rina, N. 2018. Pengaruh Celebrity Endorser Hamidah Rachmayanti Terhadap Keputusan Pembelian Produk Online Shop Mayoutfit Di Kota Bandung. *Jurnal Lontar*, 6(1): 43–57.

Zakki, R.R. 2019. Pengaruh Celebrity Endoser, Daya Tarik Iklan, Brand Awareness Dan Brand Attituade Terhadap Keputusan Pembelian Pada Konsumen Wardah Cosmetic Di Kabupaten Sumenep. 45(45): 95–98.