

DAFTAR PUSTAKA

- Antoro, Agus Dwi., dan Endang, Sutrasnawati. (2015) Pengaruh Daya Tarik Iklan, Endorser Dan Frekuensi Penayangan Iklan Terhadap Efektifitas Iklan Televisi. *Management Analysis Journal* (2), 722-734.
- Amir, Adam. Muhammad., dan Hussain, Nazish. (2017) Impact of Celebrity Endorsement On Consumer's Buying Behavior, *British Journal of Marketing Studies*, 5(3), 79-121.
- Bramantya, Yan. Bayu., dan Jatra, Made. (2016) Pengaruh Celebrity Endorser dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Yamaha Jupiter MX di Kota Denpasar, *E-Jurnal Manajemen Unud*, 5(3),1745-1771.
- Huda, Fatkhan., Amirul. (2018) Pengertian Definisi Operasional, (Online), (<https://fatkhan.web.id/pengertian-definisi-operasional/>), diakses 19 Juni 2021.
- Hussain, Imran. (2020) Dampak Penggunaan Celebrity Endorsement Terhadap Perilaku Pembelian Konsumen, *Journal Strategi Pemasaran*, 2(1).
- Kotler., Philip., and Kevin, Lane. Keller. (2016) *Marketing Managemen*, 15th Edition, Pearson Education,Inc.
- Kurniaman, Putra. (2017) Teknik Pengolahan Data. (Online), (<http://putrakurniawan.wordpress.com/2017/05/05/teknik-pengolahan-data/>), diakses 21 September 2021.
- Muchlisin, Riadi. (2016) Pengertian, Aspek-aspek Minat Beli, (Online), (<https://www.kajianpustaka.com/2018/12/aspek-jenis-tahapan-dan-faktor-yang-mempengaruhi-minat-beli.html>), diakses 25 Mei 2021.
- Pahlevi. (2019) Pengertian Pemasaran, (Online), (<https://www.pahlevi.net/pengertian-pemasaran/>), diakses 25 Mei 2021.
- Purbohastuti, Arum. Wahyuni., dan Hidayah, Asmi. Ayuning. (2020) Meningkatkan Minat Beli Produk Shopee Melalui Celebrity Endorser, *Jurnal Bisnis Terapan*, 4(1), 37-46.

- Sabdosih, Z. (2013) Pengaruh Variabel Celebrity Endorser terhadap Citra Merek L'oreal: Studi Produk L'oreal Paris Total Repair di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawaijaya, *Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, 1(2).
- Sugiyono. (2015) *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D)*. Penerbit CV. Alfabeta, Bandung.
- Suntoyo, Danang. (2015) *Perilaku konsumen dan pemasaran*, CAPS, Yogyakarta.
- Supriadi, Yadi. (2013) *Periklanan perspektif ekonomi politik*, Simbiosis Rekatama Media, Bandung.
- Wahyuni. (2020) Pengaruh Penggunaan Celebrity Endorser Pada Sosial Intagram Terhadap Minat Beli Konsumen, *eJournal Administrasi Bisnis*, 8(3), 265-271.
- Zahra, Rantika. R., dan Rina, Nofha. (2018) Pengaruh Celebrity Endorser Hamidah Rachmayanti Terhadap Keputusan Pembelian Produk Online Shop Mayoutfit Di Kota Bandung, *Jurnal Lontar*, 6(1),43-57.

