

DAFTAR PUSTAKA

- Amanah, Dita dan Pelawi, S. P. (2015). Pengaruh promosi penjualan dan belanja hedonis terhadap impulsive buying (produk matahari plaza medan fair). *“journal of Quanomic,”* 3(2), hal : 10-12. <https://doi.org/10.17605/OSF.IO/SBDE3>
- Ambolau, M. A. P., Kusumawati, A., & Mawardi, M. K. (2015). The Influence of Brand Awareness and Brand Image on Purchase Decision (Study on Aqua Consumers in Administrative Science Faculty Brawijaya University Class of 2013). *“Jurnal Administrasi Bisnis,”* 2(2), hal : 3.
- Andreani, H. dan. (2017). Analisis Pengaruh Motivasi Dan Kompensasi Terhadap Kinerja Karyawan Di Broadway BarberShop PT Bersama Lima Putera. *“Jurnal Agora,”* 5(1), hal : 2.
- Anshari, D. H. (2015). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen (di pajak usu pajus medan). *“Jurnal Keuangan Dan Bisnis,”* 7(3), hal : 233.
- Daud, I., & Fitrianto, M. E. (2015). Peran Celebrity Endorser Dalam Membentuk Perceive Value Dan Purchasing Intention. *“Jurnal Manajemen dan Bisnis Sriwijaya,”* 13(hal : 365).
- Dita, A. (2011). Pengaruh Promosi dan Brand Image (Citra Produk) Terhadap Loyalitas Pembelian Produk (Pepsodent di Ramayana Plaza Jalan Aksara Medan). *“Jurnal Keuangan & Bisnis,”* 3(3), hal : 221-233. <https://doi.org/10.17605/OSF.IO/AX5V3>
- Dr. Rorim Panday, M.M., M. T. (2019). *Metodologi Penelitian Teori Dan Aplikasi Menggunakan Multivariat*. Banyumas.
- E. sunarti. (2018). Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Administrasi Bisnis Program Studi Administrasi Bisnis angkatan 2014 konsumen Air Mnineral Aqua). *“Jurnal Administrasi Bisnis,”* 62(2), hal : 216.
- Etikawati, E., & Udjang, R. (2016). Strategi Rekrutmen Dan Seleksi Terhadap Kinerja Karyawan. *“Jurnal Perilaku dan Strategi Bisnis,”* 4(1), hal : 9-23.

<https://doi.org/10.26486/jpsb.v4i1.443>

- Kosasih, A., & Liu, F. (2015). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Brand Image Dan Promosi Terhadap Minat Beli Pelanggan (Pada Populer Bakery). *“journal of economic and bisnis,”* hal : 381.
- Kurniawan, F. J. (2014). Analisa pengaruh visibility, credibility, attraction, dan power celebrity endorser terhadap brand image bedak marcks venus. *“Jurnal Strategi Pemasaran,”* 2(1), hal : 1-8. Diambil dari <http://publication.petra.ac.id/index.php/manajemen-pemasaran/article/view/2641>
- Lien, C. H., Wen, M. J., Huang, L. C., & Wu, K. L. (2015). Online hotel booking: The effects of brand image, price, trust and value on purchase intentions. *“journal of Asia Pacific Management Review,”* 20(4), hal : 211. <https://doi.org/10.1016/j.apmr.2015.03.005>
- Madiawati, P. N., Pradana, M., & Alrasyid, L. (2018). Analysis of Celebrity Endorsement Influence on Purchase Interest: the Case Study of a Skincare Product. *“Journal on global socio-economic dynamics,”* 3(3(10)), hal : 44-51. [https://doi.org/10.35678/2539-5645.3\(10\).2018.44-51](https://doi.org/10.35678/2539-5645.3(10).2018.44-51)
- Mona, M., Kekenusa, J., & Prang, J. (2015). Penggunaan Regresi Linear Berganda untuk Menganalisis Pendapatan Petani Kelapa. Studi Kasus: Petani Kelapa Di Desa Beo, Kecamatan Beo Kabupaten Talaud. *“Jurnal Keuangan & Bisnis,”* 4(2), hal : 196. <https://doi.org/10.35799/dc.4.2.2015.9211>
- Musay, F. (2013). Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Pada Konsumen Kfc Kawi Malang). *“Jurnal Administrasi Bisnis,”* 3(2), hal : 5.
- Nasution, H. F. (2018). Pengaruh Kemudahan Dan Harga Terhadap Keputusan Pempelian Poduk Pakaian Secara Online (Studi Kasus Mahasiswa Belanja Online Pada Febi Iain Padangsidimpuan). *At-tijarah: “Jurnal Ilmu Manajemen dan Bisnis Islam,”* 4(1), hal : 26. <https://doi.org/10.24952/tijarah.v4i1.1082>
- Olivia, D., Rachmat, N., Ariyanti, M., & Zuliestiana, D. A. (2016). Pengaruh Celebrity Endorser di Media Sosial Instagram dalam Promosi Produk Hijab terhadap Minat Beli Konsumen (*Studi Kasus pada Akun Instagram @ zahratuljannah dan @ joyagh*) “

Influence of Instagram Celebrity Endorsement on Consumer Buying Intention for. 3(3), 2858–2865.

Priansa, D. J. (2014). *Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Bandung.

Puspitarini, D. S., & Nuraeni, R. (2019). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi. *Jurnal Common*, 3(1), 71–80. <https://doi.org/10.34010/common.v3i1.1950>

Putri, G. H., & Patria, B. (2018). Pengaruh Endorsement Selebriti Instagram terhadap Minat Beli Remaja Putri. *“Gajah Mada Journal of Professional Psychology (GamaJPP),”* 4(1), hal : 35. <https://doi.org/10.22146/gamajpp.45347>

Rian, F. (2018). Pemanfaatan Media Sosial Instagram dalam Meningkatkan Promosi Penjualan. *“Journal of Chemical Information and Modeling,”* 53(9), hal : 4. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>

Sari, D. M. F. P., & Yulianti, N. M. D. R. (2019). Celebrity endorsement, electronic word of mouth and trust brand on buying habits. *“International journal of social sciences and humanities,”* 3(1), hal : 82-90. <https://doi.org/10.29332/ijssh.v3n1.261>

Setiawan, L. (2018). Pengaruh Celebrity Endorsement Terhadap Purchase Intention. *“Jurnal Manajemen Pemasaran,”* 12(1), hal : 53-59. <https://doi.org/10.9744/pemasaran.12.1.53>

Soim, F. M., & Abdillah, Y. (2016). Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Pembeli Kartu Perdana simpati di Booth Telkomsel Matos). *“Jurnal Administrasi Bisnis SI Universitas Brawijaya,”* 35(1), hal : 147-148.

Suhaily, L., & Darmoyo, S. (2017). Effect of product quality, perceived price and brand image on purchase decision mediated by customer trust (study on japanese brand electronic product). *“Jurnal Manajemen,”* 21(2), hal : 182. <https://doi.org/10.24912/jm.v21i2.230>

Supriyadi, Fristin, Y., & Indra, G. K. . (2016). Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Merdeka Malang. *“Jurnal Bisnis dan Manajemen,”* Vol. 3 No.(1), hal : 136.

V.Wiratna Sujarweni. (2014a). *Metodologi Penelitian*. Yogyakarta.

Wulandari, D. A., Oktafani, F., Bisnis, A., Komunikasi, F., & Bisnis, D. (2017). Pengaruh Brand Image Terhadap Proses Keputusan Pembelian Sepatu Nike (Studi Pada Mahasiswa

Fakultas Komunikasi dan Bisnis Telkom University Bandung). “*Jurnal Computech & Bisnis*,” 11(1), hal : 51.

<https://www.gdilab.com/read/2385/infografis-industri-kosmetik-lokal-di-twitter/>

<https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2019/>

<https://www.paragon-innovation.com/brands>

