

DAFTAR PUSTAKA

- (Nurarif & Kusuma, 2016). (2013). Pengaruh Celebrity endorsement Noah band terhadap keputusan pembelian konsumen yamaha mio GT di Bandung. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- Stephani Samosir, L., Rachma Putri, Y., & Nurfebiaraning, S. (2016). Pengaruh Penggunaan Brand Ambassador Dewi Sandra Terhadap Putusan Pembelian Kosmetik Wardah Di Kota Bandung Effects of the Use of Dewi Sandra As Wardah Brand Ambassador on the Decision To Purchase Wardah Cosmetics in Bandung. *Jurnal Sosioteknologi*, 15(2), 234–240. <https://doi.org/10.1016/j.jinf.2011.05.001>
- Savitri, N. (2017). Pengaruh Celebrity Endorser Dan Iklan Melalui Media Televisi Terhadap Minat Beli Pada Tokopedia Di Denpasar. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 6(8), 253221.
- Wiratna Sujarweni. (2019). *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi*. Pustakabarupress.
- Rambat Lupiyoadi dan Ridho Bramulya Ikhsan. (2015). *Praktikum Metode Riset Bisnis*. Salemba Empat.
- Kuntjojo, D., Pd, M., & Pengantar, K. (2009). Metodologi Penelitian. *Metodologi Penelitian*, 51. <https://ebekunt.files.wordpress.com/2009/04/metodologi-penelitian.pdf>
- Murti, B. N. (2014). Analisis Pengaruh Iklan Dan Celebrity Endorser Terhadap Citra Merek Dalam Meningkatkan Minat Beli Pada Produk Sepatu Olah Raga Adidas. *Fakultas Ekonomika Dan Bisnis*, 3, 10–11. <http://eprints.undip.ac.id/43655/>
- Hansudoh, S. A. (2012). Pengaruh Celebrity Endorsement Terhadap Purchase Intention Melalui Perceived Value Pada Produk Top Coffe di Surabaya. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen*, 1(5), 1–7.
- Kumala Sukma, K., Nurcahya, I., & Suryani, A. (2016). Pengaruh Celebrity Endorser, Brand Image Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pembersih Wajah Menâs Biore. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 5(7), 4016–4043.
- Wenas, R., Tumbel, A., & Parengkuan, V. (2014). Analisis Pengaruh Brand Image Dan Celebrity Endorsment Terhadap Keputusan Pembelian Produk Shampo Head and Shoulders Di 24 Mart Manado. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 2(3), 1792–1802.

Mardiani, A. S., & Wardhana, A. (2018). *Pengaruh Brand Ambassador Terhadap Minat Beli Konsumen Bandung Kunafe Cake the Effect of Brand Ambassador Towards Buyers Interest of Bandung Kunafe Cake*. 5(2), 2577–2583.

Lestari, H., Sunarti, & Bafadhal, A. S. (2019). Pengaruh Brand Ambassador dan Korean Wave Terhadap Citra Merek Serta Dampaknya Pada Keputusan Pembelian (Survei Online Pada Konsumen Innisfree Di Indonesia Dan China). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 66(1), 67–78.

Agusli, D., & Kunto, S. (2013). Ekuitas Merek Terhadap Minat Beli Konsumen Midtown Hotel Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*, 1(2), 1–8.

philip kotler. (2000). *Manajemen Pemasaran*. Prentice-Hall Inc.

Saragih, D. V. C., Pangestuti, E., & Devita, L. D. R. (2018). PENGARUH PERCEIVED VALUE , CELEBRITY ENDORSER DAN ADVERTISING TERHADAP BRAND ATTITUDE (Survei pada Mahasiswi Universitas Brawijaya Pengguna Kosmetik Wardah). *Administrasi Bisnis*, 64(1), 1–9.

Bhara, A. M. (2019). Pengaruh Iklan “Shopee Blackpink Sebagai Brand Ambassador” Terhadap Minat Belanja Online Mahasiswa. *JISIP: Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik*, 8(4), 288–296.
<https://publikasi.unitri.ac.id/index.php/fisip/article/view/1962>

Aryani, 2019. (2019). *Pengaruh Brand Ambassador Blackpink terhadap citra perusahaan dan minat beli di Shopee*. 1–120.

Mubarok, D. A. A. (2016). Pengaruh Celebrity Endorsement Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Pada Konsumen Mahasiswa Kelas Reguler Sore STIE INABA Bandung). *Jurnal Indonesia Membangun*, 3(1), 61–76.

https://foto.wartaekonomi.co.id/files/arsip_foto_2019_05_10/shopee_indonesia_110803_big.jpg

https://a.ipricegroup.com/media/Aldo/5_Top_Aplikasi_ecommerce_di_Indonesia.png

<https://marmeled.net/tag/lisa-blackpink/>

<https://i1.wp.com/mastel.id/wp-content/uploads/2018/02/hasil-survey-apjii-2017.jpg?resize=800%2C445&ssl=1>

<https://www.kitapunya.net/wp-content/uploads/2018/06/pertumbuhan-pengguna-internet.png>