

DAFTAR PUSTAKA

- Hafisa, Y. D. (2018). *Pengaruh Celebrity Endorser Terhadap Minat Beli Poduk Kosmetik Halal "WARDAH" (Studi Pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia)*, Skripsi, Universitas Islam Yogyakarta
- Rizaldie, A. (2017). *Pengaruh Daya Tarik Iklan Dan Celebrity Endorser Terhadap Minat Beli Cosmetic Wardah (Studi Kasus Pada Mahasiswi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta)*, Skripsi, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta
- Sufa, F. (2015). *Analisis Pengaruh Daya Tarik Iklan, Kualitas Pesan Iklan, Dan Frekuensi Penayangan Iklan Terhadap Efektifitas Iklan Televisi Mie Sedap (Survei Pemirsa Iklan Mie Sedap Pada Mahasiswa Kost di sekitar UNDIP Tembalang, Semarang)*, Skripsi, Universitas Diponegoro Semarang
- Sintiani, L. (2016). *Pengaruh Penggunaan Celebrity Endorser Isyana Sarasvati Dalam Iklan "Isyana vs Gangster" Terhadap Brand Awareness Masyarakat Surabaya*, Jurnal, E-komunikasi Surabaya
- Setiawan, B. (2017). *Pengaruh Daya Tarik Iklan Dan Celebrity Endorser Terhadap Minat Beli Cosmetic Wardah (Studi Kasus Pada Mahasiswi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta)*, Skripsi, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta
- Octaviasari, S. (2011). *Analisis Pengaruh Daya Tarik Iklan Dan Efek Komunitas Terhadap Kesadaran Merek Dan Sikap Terhadap Merek Kertu Seluler Prabayar Mentari Di Semarang*, Skripsi, Universitas Diponegoro Semarang
- Setiawan, B., & Rabuani, C, C. (2016). *Pengaruh Iklan Dan Endorser Terhadap Brand Awareness Serta Dampaknya Pada Keputusan Pembelian*, Jurnal Aplikasi Ekonomi
- Christian, R., & Arianti, M., (2017). *Pengaruh Celebrity Endorser Terhadap Minat Pembelian Situs Belanja Online Tokopedia Di Kota Bandung*

(Studi Kasus Pada Chelsea Islan Dalam Iklan Tokopedia), Jurnal Manajemen

Tokopedia.com, (2019), About Our Story, Diakses pada 21 Oktober 2020, dari <https://www.tokopedia.com/about/our-story>

Katadata.co.id, (2020, June), Strategi E-Commerce Merebut Pasar Belanja Online Saat Normal Baru, Diakses pada 21 Oktober 2020, dari <https://katadata.co.id/febrinaiskana/digital/5ee498aa1f4cf/strategi-e-commerce-merebut-pasar-belanja-online-saat-normal-baru>

Merdeka.com, (2020, April), 9 Macam-Macam Iklan Berdasarkan Isi, Media, dan Tujuan, Kenali Perbedaannya, Diakses pada 30 Oktober 2020, dari <https://www.merdeka.com/jabar/9-macam-macam-iklan-berdasarkan-isi-media-dan-tujuan-kenali-perbedaannya-klm.html>

Roshan, P, A, A., & Sudiksa, I, B. (2019). *Peran Brand Image Memediasi Pengaruh Celebrity Endorser Terhadap Purchase Intention*, E-Jurnal Manajemen

KajianPustaka.com, (2020, September), Iklan dan Periklanan (Pengertian, Fungsi, Sifat, Jenis dan Daya Tarik), Diakses pada 30 Oktober 2020, dari <https://www.kajianpustaka.com/2020/09/iklan-dan-periklanan-pengertian-fungsi.html>

Anggi, F, V., & Soesanto, H., (2016), *Analisis Pengaruh Daya Tarik Iklan Dan Selebriti Endorser Pada Promo Ada AQUA Terhadap Minat Beli AMDK Merek AQUA Dengan Citra Merek Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus pada Mahasiswa S1 di Jawa Tengah dan DIY)*, Jurnal Manajemen

Savitri, N, W., (2017), *Pengaruh Celebrity Endorser Dan Iklan Melalui Media Televisi Terhadap Minat Beli Pada Tokopedia Di Denpasar*, Jurnal Manajemen

Sundari, E., (2017), *Pengaruh Iklan Dan Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Brand Awareness Pada Konsumen Kosmetik Mustika Ratu Di Semarang*, Skripsi Universitas Negeri Semarang

pvnshoes.com, (2020), About Us, Diakses pada 07 Februari 2021, dari
<https://www.pvnshoes.com/>

