

DAFTAR RUJUKAN

- Adistya. (2022). Pengaruh *Influencer* Dan *Brand Awariness* Terhadap *Purchase Intention* Pada Minuman ManTea Di Surabaya. *Skripsi*.
- Anugrah. (2022). Pengaruh *Celebrity Endorsment* Dan *Brand Awariness* Terhadap Keputusan Pembelian Pada Es Teh Indonesia Cabang Delima Pekanbaru . *Skripsi*.
- Arfan. (2021). Pengaruh *Influencer* dan *Brand Awareness* Terhadap *Purchase Intention* Pada Penggunaan Aplikasi Linkaja. (*Studi pada Followers Instagram Raditya Dika*).
- Aurellie, d. (2020). Pengaruh *Influencer* Terhadap *Purchase Intention* Produk PIXY Melalui *Source Charecteristics* Vlogger Tasya Farasya Di Kota Lombok. *Skripsi*.
- Berlintina Permatasari, S. M. (2021). Pengaruh Promosi dan Inovasi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Gerai Baru Es Teh Indonesia di Bandar Lampung. *Internasional Journal of Business* 4 (2), 69-69.
- Byrne, A. M. (2003). The Naked Truth of Celebrity Endorsment . *British Food Jurnal*, Vol.105 No.4/5,pp.288-296.
- Chairunissa, D. M. (2020). Pengaruh *Influencer* terhadap *Purchase Intention* Produk PIXY melalui *Source Characterics*. *Skripsi*.
- Febriana. (2018). Pengaruh Online *Cunsumer Review* Dan *Influencer* Terhadap Keputusan Pembelian Purbasari Matte Lipstik. *Skripsi* .
- Ghozali, I. (2011). “Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS”. . *Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro*.
- Ilhamalimy. (2021). *Determination Of Trust And Purchase Decisions: Analysis Of Brand Image And Price (Marketingmanagement Literature Review)*. *Dinasti International Journal Of Economics*, F. A. (n.d.).
- Jessica Tee, R. A. (2020). Pengaruh *Word Of Mouth* dan *Brand Awareness* Terhadap Keputusan Pembelian Xi Fu Tang di Indonesia. *Skripsi*.
- Kotler, P. (2000). Manajemen Pemasaran. *Edisi Millenium*. Jakarta: Prehallindo.
- Kotler, P. (2006). Manajemen Pemasaran ,jilid I. *Edisi Kesebelas*. Jakarta: PT Indeks Gramedia.
- Kotler, P. d. (2009.). Manajemen Pemasaran. . *Edisi 13. Jilid 2. Alih bahasa: Bob Sabran*. Jakarta : Penerbit Erlangga.

- Lamb, C. W. (2001). Pemasaran. Buku I. *Edisi Pertama*. Salemba.
- Leba, D. M. (2021). Pengaruh *Celebrity Endorsment* Dan *Brand Awareness* Terhadap Keputusan Pembelian Produk " ARABIKA BAJAWA JA'O COFFE. " *Kupang-NTT.S2 THESIS, Universitas Mercu Buana Jakarta*.
- M, D. V. (2017). *Marketing through Instagram Influencers: The Impact of number of followers and product divergenced on brand attitude. International Journal of Advertising*.
- Maurizta. (2020). Pengaruh *Influencer* Terhadap *Purchase Intention* Melalui Kualitas Produk Garnier. *Skripsi*.
- Muzdalifah. (2019). Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap *Purchase Intention* Pelanggan Honda Di Dealer 99. *Skripsi*.
- Palumian, H. &. (2019). Pengaruh Fasilitas Dan Citra Merek Terhadap *Purchase Intention* Produk Starbycks Di Surabaya. *Skripsi*.
- Rangkuti. (2004). Teknik Pengelolaan *Brand Equality* dan Strategi Pengembangan Merek. *PT.Gramedia Pustaka Utama*.
- Setiawan, L. (2018). Pengaruh *Celebrity Endorsment* Terhadap *Purchase Intention* dengan *Brand Awaraness* sebagai variabel mediasi pada Produk Green Tea Especiolo. *Skripsi*.
- Setyorini, C. &. (2020). Pengaruh *Influencer* Terhadap *Purchase Intention* Produk PIXY Melalui *Source Characteristics*. *Skripsi*.
- Severina Cartwright, H. L. (2021). *Influencer Marketing within Bussiness-to-Bussiness Organisations. Industrial Management Marketing*.
- Soebandhi, d. (2020). Pengaruh *Service Quality* dan *Store Atmosphere On Customer Satisfaction* Terhadap *Purchase Intention*. *skripsi*.
- Sugiyono. (2007). Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. *Bandung*.
- Tandarto, R. (2017). Pengaruh *Brand Awareness* Terhadap *Customer Loyalty* dengan *Celebrity Endorsment* Raline Shah Sebagai Variabel *Intervening Top White Coffe* DI Surabaya. *Skripsi*.
- Tiza. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan *Brand Awarness* Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Starbucks Di Surabaya. *Skripsi*.
- Tjiptono. (2007). Strategi Pemasaran. *Yogyakarta:Penerbit Andi* .
- Widia. ((2020)). Pengaruh *Influencer* dan *Brand Awareness* terhadap Minat Beli Produk Wardah. *Skripsi*.

Widodo. (2022). *Determination of Digital Marketing: Influencer Marketing*, S. M.-C. (n.d.).

Widyawati, H. &. (2019). Pengaruh *Brand Awariness* Dan Loyalitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian Di Starbucks Galaxy Mall Surabaya. *Skripsi*.

