

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, David A. 1997. *Manajemen Ekuitas Merek*. Terjemahan oleh Aris Ananda. Jakarta: Mitra Utama.
- Agustan Latif, Dan Selfina Pare. 2017. *Pemanfaatan E-Commerce Untuk Membantu Pemasaran Dan Penjualan Produk Usaha Kecil Menengah (Ukm) Kerajinan Khas Masyarakat Asli Papua Di Merauke*. Jurnal Ilmiah Mustek Anim Ha Vol. 6 No. 2.
- Andry, Johanes Fernandes. 2015. *Analisa Perbandingan Penerapan E-Commerce Terhadap Transaksi Penjualan Konvensional Menggunakan Metode Simple Moving Average*. Jurnal Teknologi Informasi Universitas Bunda Mulia. Vol 11. No 1.
- Apejoye, A. (2013). *Influence of Celebrity Endorsement of Advertisement on Students' Purchase Intention*. Journal of Mass Communication & Journalism, (03).
- Awamirillah, Qiyqiy Fithri. 2019. *Pengaruh Penggunaan Aplikasi Bris Online Dan Promosi Melalui Media Sosial Terhadap Volume Penjualan Dalam Praktik Wirausaha Syariah Jurusan Perbankan Syariah Tahun 2018*. Skripsi Institut Islam Negeri Ponorogo.
- Bali Antaraneews. 2019. *Berita tentang pekan hiburan raktya singaraja dan ajang promosi UMKM*. Diambil dari https://www.bali.antaranews.com/tag/ajang_promosi_e-commerce. Diakses pada 28 Maret 2020.
- Cristina, Ekel Valeriana. 2017. *Pengaruh Brand Equity Terhadap Minat Beli Produk Starbucks*. Skripsi Universitas Sanata Dharma Yogyakarta.
- Dewi Cahayani. 2010. *Bauran Pemasaran*. Article III. Universitas Indonesia.
- Dewi, Y. R. (2017). *Pengaruh Celebrity Endorsement Terhadap Brand Credibility Dan Brand Equity Pada Online Shop (Study pada Online Shop Vanilla Hijab Indonesia)*. *Ekonomi Bisnis*, 22, 80–86.
- Dicho, Kadarisman dan Sunarti. 2016. *Pengaruh Brand Equity Terhadap Keputusan Pembelian*. (Online). Vol. 34 No. 1 Mei 2016. Jurnal Administrasi Bisnis (JAB).

- Fadhila, Nida. 2016. *Studi Tentang Social Media Marketing Dan Brand Awareness ,Word Of Mouth Terhadap Minat Beli Produk Mommilk (Studi Pada Pengguna Instagram,Mahasiswa Universitas Diponegoro)*. Skripsi Universitas Diponegoro Semarang.
- Ferdinand, A. 2014. *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian untuk Penulisan Skripsi, Tesis dan Disertasi Ilmu Manajemen*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Fitri, Irna. 2016. *Analisis Promosi Penjualan Online, Harga, Kepercayaan, Dan Kemudahan Terhadap Keputusan Pembelian Online Ceker Brontak (Studi Pada Ceker Brontak Kota Bandar Lampung)*. Skripsi Universitas Lampung, Bandar Lampung.
- Gozhali., I. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Progam SPSS*. Semarang:Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam, 2012. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 20*. Semarang: Badan Penerbit-Universitas Diponegoro.
- Hammel, Prahalad dalam M. Suyanto. 2007, *Strategi Pemasaran*: Balai Pustaka. Jakarta.
- Hardjanti, A., & Hari, S. (2014). *Pengaruh Dimensi Endorser Credibility Dimensi Consumer-Based Brand Equity, 2*.
- Jaidan Jauhari, M.T. 2012. *Studi Pendahuluan Untuk Pengembangan Model Pemasaran dan Penjualan Produk Usaha Kecil dan Menengah (UKM) Berbasis E-Commerce di Propinsi Sumatra Selatan*. Skripsi Universitas Sriwijaya.
- Jaya, Putu Agus Semara. 2015. *Pengaruh Biaya Peromosi Dan Harga Jual Terhadap Volume Penjualan Dupa Pada Putra Mas Di Desa Bulian Tahun 2010–2014*. Jurnal Jurusan Pendidikan Ekonomi (Jjpe) Universitas Pendidikan Ganesha.
- Kotler dan Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran Jilid 1*. Edisi ke 13. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip. 2001. *Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, Implementasi, dan Kontrol*. Jakarta: PT. Prehallindo.

- Kussudyarsana. (2004). *Fenomena Selebritas Sebagai Model Iklan*. *Benefit*, 8(2), 151–159.
- Liputan 6. 2016. *Berita tentang e-commerce terkini dan terlengkap*. Diambil dari <https://m.liputan6.com>. diakses pada 28 Maret 2020.
- Mayasari, Erlinda. 2014. *Analisis Penggunaan Modal Kerja Dalam Meningkatkan Profitabilitas (Studi Kasus Pada Ukm Keripik Tempe Agastia Malang)*. Skripsi Universitas Muhammadiyah Malang.
- Maya, Siska. 2016. *Strategi Peningkatan Penjualan Usaha Kecil Menengah Melalui E-Commerce Studi Kasus: Mitra Ukm Perusahaan X*. *Jurnal Desain Komunikasi Visual Universitas Indraprasta PGRI*.
- Mirabi, V. R., & Lajevardi, M. 2016. *A Conceptual Model In Marketing: Celebrity Endorsement, Brand Credibility And Brand Equity*. *Journal Of Marketing And Consumer Research*, 38-43.
- Morrison, Neil Wearne Dalam Dewi. 2010. *Hospitality Marketing. Translate: Oka A. Yoeti, Manajemen Pemasaran Hotel*. Penerbit Erlangga. Yogyakarta.
- Muda, M., Musa, R., Mohamed, R. N., & Borhan, H. (2014). *Celebrity Entrepreneur Endorsement and Advertising Effectiveness*. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 130, 11–20.
- Organisasisetda.bulelengkab.go.id. 2019. *“Tingkatkan Persaingan Usaha di Dunia Digital, Dinas Koperasi Gelar Sosialisasi UKM Tahun 2019”*. <https://organisasisetda.bulelengkab.go.id/berita/tingkatkan-persaingan-usaha-di-dunia-digital-dinas-koperasi-gelar-sosialisasi-ukm-tahun-2019-40>. Diakses pada 24 Maret 2020.
- Oviliani Yuliana. 2007. *Pemasaran Interaktif: Penggunaan Teknologi Internet dalam bisnis*. Universitas Sebelas Maret. Yogyakarta.
- Philip Kotler, Amstrong, 2008. *Dasar- dasar pemasaran, jilid 1*, Prentice Hall, New Jersey, 2009.
- Pontoh, Yusan Gamaro. 2016. *Pengaruh Celebrity Endorser (Pevita Pearce) Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Produk Garnier Bb Cream Di Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Lampung*. Skripsi Manajemen Universitas Lampung.

- Pradipta, Dicho, Dkk. 2016. *Pengaruh Brand Equity Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Pada Konsumen Pembeli Dan Pengguna Kartu Perdana Simpati Telkomsel Di Lingkungan Mahasiswa Jurusan Administrasi Bisnis Angkatan 2012 & 2013 Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang)*. Jurnal Administrasi Bisnis (JAB). Vol. 34.
- Pratomo, Adi, Dkk. 2018. *Optimasi E-Commerce Dengan Penerapan Teknik Seo (Search Engine Optimization) Untuk Meningkatkan Penjualan Pada Ukm Nida Sasirangan*. Jurnal Impact : Implementation And Action Volume 1, Nomor 1, 2018.
- Priambada, Swasta. 2015. *Manfaat Penggunaan Media Sosial Pada Usaha Kecil Menengah (Ukm)*. Jurnal Administrasi Bisnis Universitas Brawijaya.
- Rahmawati, Eka Suci. 2018. *Pengaruh Penerapan E-Commerce Terhadap Kinerja Keuangan Pada Pelaku Usaha Ekonomi Kreatif Di Klaten*. Skripsi Unviersitas Widya Dharma Klaten.
- Rainer, R.K.,& Cegielski, C.G.,2011. *Introduction to Information Systems: Supporting and Transforming Business (3rded.)*. United States: John Wiley & Sons. 55-63.
- Ratih Hurriyati. 2008. *Strategi Pemasaran:Paparan Marketing Mix*. Universitas Pendidikan Indonesia. Bandung.
- Rian sasmita, Brenda Kienan. 2013. *Small Business Solutions E-commerce*. Penerbit Gramedia, Jakarta.
- Riyeke Ustadiyanto, 2007. *E-business Plan : Perencanaan, Pembangunan dan Strategi di Internet*. Penerbit ANDI, Yogyakarta.
- Rohmawati, Siti Nur Laily. 2019. *Pengaruh Endorser Credibility Terhadap Brand Equity Dengan Brand Credibility Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Konsumen Shopee Solo Raya)*. Skripsi Institut Agama Islam Negri Surakarta.
- Sa'ad, Walia Nabila. 2017. *Pengaruh E-Commerce Terhadap Peningkatan Pendapatan Sentra Industri Keripik Pisang Bandarlampung Ditinjau Dari Etika Bisnis Islam (Studi Pada Sentra Industri Keripik Pisang Di Kota Bandarlampung)*. Skripsi Universitas Islam Negeri (Uin) Raden Intan Lampung.

- Samat, M. F., Hashim, H., & Raja Yusof, R. N. (2014). *Endorser Credibility and Its Influence on the Attitude Toward Social Media Advertisement in Malaysia*. *Review of Integrative Business & Economics*, 4(1), 144–159.
- Sasmita, R. 2013. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Pasa Nasabah PT.Asiransi Jiwasraya (PERSERO) Malang Regional Office)*. *Jurnal Administrasi Bisnis*. Vol: 6(1).
- Setyaningsih, Rahmawati. 2008. *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Ekuitas Merek Untuk Meningkatkan Minat Beli Ulang (Studi Kasus Pada Kedai Kopi Dôme Di Surabaya)*. Tesis Magister Manajemen Universitas Diponegoro Semarang.
- Simamora, Bilson. 2002. *Paduan Riset Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Siti, Nur Laily Rohmawati. 2019. *Pengaruh Endorser Credibility Terhadap Brand Equity Dengan Brand Credibility Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Konsumen Shopee Solo Raya)*. Skripsi Institut Agama Islam Negeri Surakarta.
- Siregar, Richardy Affan Sojuangon, et al. 2010. *Analisis Transaksi Jual-Beli Online (Peer To Peer) Pada E-Commerce Berdasarkan Hukum Syariah*. *Journal of Islamic Economics Lariba*, Vol. 3, 22 Juni 2017.
- Spry, A., Pappu, R., & Cornwell, T. B. (2011). *Celebrity endorsement, brand credibility and brand equity*. *European Journal of Marketing*.
- Suhari, Rieyke Ustadiyanto. 2007. *E-business Plan: Perencanaan, Pembangunan dan Strategi di Internet*. Penerbit ANDI, Yogyakarta.
- Sujarweni, Wiratna. 2015. *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi*. Yogyakarta: PT. Pustaka Baru.
- Sukma, Dhea Finka Audy. 2019. *Analisis Pengaruh Motivasi Bisnis, Persaingan Bisnis, Brand Equity Dan Religiusitas Terhadap Perkembangan Bisnis (Studi Kasus Pelaku Umkm Kabupaten Semarang)*. Skripsi Institut Negeri Islam Salatiga.
- Supranto, J. 2011. *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan Untuk Menaikkan Pangsa Pasar (cet. 4)*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.

Suprpto, Hugo Aries. 2016. *Pengaruh Penetapan Harga Dan E-Commerce Terhadap Tingkatpenjualan Pada Usaha Jack Donut Di Curug Tanah Baru Depok*. Jurnal Teknik Industri Universitas Indraprasta PGRI.

Sondakh, R., Nyoman, N., Yasa, K., & Sukaatmadja, I. P. G. (2015). *Peran Kredibilitas Merek Memediasi Kredibilitasendorser Dengan Ekuitas Merek (Studi pada Konsumen “ Kartu AS ” di Kota Denpasar)*. *Jurnal Buletin Studi Ekonomi*, 21, 219–232.

Swastha, Basu. 2001. *Manajemen Penjualan*. Yogyakarta: BPFE-Yogyakarta.

Swastha, Basu dan Irawan. 2000, *Manajemen Pemasaran Modern*, Edisi 2. Yogyakarta : Liberty.

Tülin, E., Joffre, S., & Ana, V. (2006). *Brands as Signals: A Cross-Country Validation Study*. *Journal of Marketing*, 70, 34–49.

Undang-undang Nomor 20 tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah.

William J Stanton, Michael J Etzel and Bruce J Walker, 2004. *Fundamnetal of Marketing*’, Tenth Edition, McGraw hill, inc, New York.

Wulandari, Sri Ayu. 2017. *Pengaruh Penggunaan Endorsement Terhadap Omzet Penjualan Usaha Online Shop Di Palangka Raya*. Skripsi Institut Agama Islam Negeri Palangka Raya.

