

## DAFTAR PUSTAKA

- Arifin, Nugraha. 2015. "Strategi Pemasaran dan Minat Beli". Jurnal Simbolka. Volume 3, Nomor 1, ISSN 2442-9198.
- Astuti, Riska Ladya Meitharani Budi. 2016. "Pengaruh Promosi Online dan Celebrity Endorser Terhadap Minat Beli Konsumen Tas Online Shop Fani House". Jurnal Ilmu Komunikasi. Volume 5, Nomor 1.
- Christian, Renaldi dan Maya Arityanti 2017. "Pengaruh Celebrity Endorser Terhadap Minat Pembelian Situs Belanja Online Tokopedia di Kota Bandung". Repository Telkom University. Volume 4, Nomor 1, ISSN 2355-9357.
- Darmansyah, Muhartini, Salim, dan Samsul Bachri. 2014. "Pengaruh Celebrity Endorser Terhadap keputusan Pembelian Produk di Indonesia". Jurnal Aplikasi Manajemen (JAM). Volume 12, Nomor 2, ISSN 1693-5241.
- Dityani, Kusumadewi, dan Alit Suryani. 2014. "Pengaruh Kredibilitas Celebrity Endorser, Daya Tarik, Iklan, dan Brand Awareness Terhadap Brand Attitude". Ejournal Manajemen. Volume 3, Nomor 11, ISSN 2302-8912.
- Firmansyah. 2019. "Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Kepuasan Mahasiswa Pada STIE Mahaputra Riau". Jurnal Samudra Ekonomi dan Bisnis. Volume 10, Nomor 1, ISSN 2614-1523.
- Febriyani, Fitriah. 2017. "Pengaruh Strategi Pemasaran dan Pengembangan Produk Terhadap Minat Beli". Jurnal Ilmu Manajemen. Volume 4, Nomor 2, [ISSN 2355-6099](#).

Firdaus, Afdillah. 2017. "Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Minat Beli Konsumen Membeli Produk Perumahan". Jurnal Online Mahasiswa. Volume 4, Nomor 1, ISSN 2355-6919.

Gayatri, Ida Ayu Er. Meytha dan Nia Indriasari. 2019. Strategi Pemasaran Kopi Merek 1001 di Kota Bengkulu. Jurnal Ilmiah Akuntansi, Manajemen, Ekonmi Islam. Volume 18, Nomor 1, ISSN 1412-2022.

<https://www.apjii.or.id> Diakses pada tanggal, 23 Februari 2020

<https://katadata.co.id/berita/2019/11/04/shopee-kuasai-pasar-perempuan> Diakses pada tanggal, 23 November 2020

Iwan, dan Kaman Nainggolan 2017. "Pengaruh Celebrity Endorser, Brand Awareness, dan Harga Produk Terhadap Minat Beli Mie Sukses". Cakrawala. Volume 17, Nomor 2, ISSN 1411-8629.

Indrasari, Ni Made Madadewi dan Komang Agus Satria Pramudana 2014. "Pengaruh Kredibilitas Celebrity Endorser dan Kewajaran Harga Terhadap Niat Beli Konsumen Wanita Pada Online Shop Produk Pakaian". Ejournal Manajemen. Volume 3, Nomor 4, ISSN 2302-8912.

Indriani, Mia dan Deri Firmansyah. 2020. "Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Calysta Skin Care Kota Sukabumi". Ejournal of Business Education and Social.

Jatmiko, M. Roby. 2013. "Pengaruh Kredibilitas Celebirty Endorser Terhadap Mnat Beli Konsumen". Jurnal Ilmu Manajemen dan Akuntansi Terapan. Volume 4, Nomor 1, ISSN 2086-3748.

Mubarok, Dadan Abdul Aziz 2016. "Pengaruh Celebrity Endorsment Terhadap Minat beli Konsumen". Juenal Indonesia Membangun. Volume 15, Nomor 3, ISSN 1412-6907.

Magfira, Nurul. 2019. "Pengaruh Kualitas Barang Terhadap Keputusan Pembelian Pada Aplikasi Shopee". Eprint UNM. ISSN 2302-6286.

Noviyanthi, Erylha dan Sandi Eka Suprajang. 2015. "Strategi Pemasaran Guna Meningkatkan Volume Penjualan dan Keputusan Pembelian Pada UD. Prima Tulungagung". Riset Mahasiswa Ekonomi. Volume 2, Nomor 1, ISSN 2407-2680

Mareta, Rizky Natassia, dan Cici Lia Kartika. 2013. "Pengaruh Dimensi Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Gelamai Merk Erina Kecamatan Payakumbuh Barat, Kota Payakumbuh". Neliti Sumatera Barat. Volume 2, Nomor 2.

Pratiwi, Indri dan Nadya Moeliono. 2015. "Pengaruh Celebrity Endorser Maudy Ayunda Terhadap Minat Beli Produk Teh Javana". Repository Telkom University. Volume 2, Nomor 3, ISSN 2355-9357.

Prayoga, Sanda dan Putu Nina Mediawati. 2017. "Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Minat beli Konsumen Sepatu Converse di Kota Bandung". Repository Telkom University. ISSN 2355-9357.

Riskhi, Jono, Mukhamad Najib. 2018. "Pengaruh Kredibilitas Endorser Terhadap Minat Beli Dengan Tiga Konsumen Pada Industri Busana Muslimah". Jurnal Ilmiah Manajemen. Volume 8, Nomor 3, ISSN 2088-1231

Sartika, Bachrin dan Ign Sukirno. 2014. "Pengaruh Kredibilitas Celebrity Endorser Agnez Monica dalam Iklan Kartu Prabayar Simpati di Televisi

Terhadap Minat Beli Konsumen”. *Modus Journals*. Volume 26 (2): 145-156, ISSN 2549-3787.

Susinti, Agus dan Saino. 2014. “Pengaruh Penggunaan Tokoh Agama (Mamah Dedeh) Sebagai Celebrity Endorser Terhadap Minat Beli Produk Larutan Cap Kaki Tiga”. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga*. Volume 2, Nomor 3.

Stephanie, Leonid, dan Yohanes Sondang Kunto. 2013. “Analisa Pengaruh Rio Dewanto dan Donita Sebagai Celebrity Endorser Terhadap Minat Beli Product Axe Anarchy Dengan Daya Tarik Iklan dan Efek Iklan Sebagai Variabel Intervening”. *Jurnal Strategi Pemasaran*

Utarsih, Henny. 2014. “Pengaruh Celerity Endorser Terhadap Minat Beli Kartu As”. *Jurnal ILMAN*. Volume 1, Nomor 2, 2355-1488.

Widodo, Dwi Setyo. 2018. “Pengaruh Endorser Selebriti Terhadap Minat Beli Secara Daring Pada Situs Shopee”. Skripsi. Semarang: UNDIP

Waran, Ediko. 2009. *Belanja Daring*. Perkembangan Teknologi Komunikasi Online Edisi Ke: 3050. Jakarta : Universitas Indonesia.

[www.topbrand-award.com](http://www.topbrand-award.com) Diakses pada tanggal, 10 Februari 2020

Yahya, Ligya Amanda. 2015. “Analisis Pengaruh Celebrity Endorser dan Promosi Penjualan Terhadap Keunggulan Merek Serta Pengaruhnya Terhadap Minat Beli Sepeda Motor Yamaha Mio”. *Diponegoro Journal of Management*. Volume 4, Nomor 3.