

DAFTAR PUSTAKA

- Aji, I. D. K. (2019). *Needs of Celebrity Endorsers on Beauty Product's Marketing Communication in Revolution 4.0*.
- Ardiansah, I., & Maharani, A. (2021). *Optimalisasi Instagram Sebagai Media Marketing* (1st ed.). CV. Cendekia Press. <https://doi.org/6236659613>
- Armstrong, G., Adam, S., Denize, S., Volkov, M., & Kotler, P. (2018). *Principles of Marketing* (7th ed.). Pearson Australia Group.
- Bramantya, Y. B., & Jatra, M. (2016). Pengaruh Celebrity Endorser dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Yamaha Jupiter MX di Kota Denpasar. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 5, 1745–1771. <https://media.neliti.com/media/publications/255237-pengaruh-celebrity-endorser-dan-brand-im-6b860004.pdf>
- Fildzah, N. A., & Sari, D. (2017). PENGARUH CELEBRITY ENDORSER DAN WORD OF MOUTH TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SWEATER ONLINE SHOP ALCO DI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM. *Jurnal Ekonomi, Bisnis & Entrepreneurship*, 11(2). <https://jurnal.stiepas.ac.id/index.php/jebe/article/view/22>
- Firmansyah, D. M. A. (2018). *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)*. Deepublish.
- Herawati, H. (2020). PENGARUH IKLAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM DAN CELEBRITY ENDORSER (SELEBGRAM) TERHADAP MINAT BELI (studi kasus pada toko online shop Keripik pisang coklat Krispbo. id). *Jurnal Manajemen & Bisnis Kreatif*, 6(1), 81–97. <http://journal.ubpkarawang.ac.id/index.php/Manajemen/article/view/1191>
- Instagram. (n.d.). *Beriklan di Instagram*. Retrieved September 22, 2021, from <https://business.instagram.com/advertising>
- Kertamukti, R. (2015). *Strategi Kreatif dalam Periklanan Konsep Pesan, Media, Branding, Anggaran* (1st ed.). Rajawali Pers.
- Kotler, P. (2005). *Marketing Management* (Jilid 1, 2, p. 254). PT. Indeks Kelompok Gramedia.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education.
- Kurniawan, K. (2021). *Memahami Iklan*. Projasa Web. <https://projasaweb.com/pengertian-iklan/>
- Ma, P. H. M., & Si, M. (2015). *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (1st ed.). Aswaja Pressindo.

- Martono, N. (2010). *Metode Penelitian Kuantitatif: Analisis Isi dan Analisis Data Sekunder* (2nd ed.). PT Rajagrafindo Persada.
- Miller, D. (2020). *Social media marketing*.
- Priyatno, D. (2014). *SPSS 22: Pengolahan Data Terpraktis* (T. A. Prabawati (ed.); 1st ed.). C.V Andi Offset.
- Pusparisa, Y. (2020). *Pengguna Smartphone diperkirakan Mencapai 89% Populasi pada 2025*. Databoks. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/09/15/pengguna-smartphone-diperkirakan-mencapai-89-populasi-pada-2025#:~:text=Penetrasi Ponsel Pintar di Indonesia&text=Lebih dari setengah populasi di,Indonesia telah memanfaatkan pon>
- Santoso, S. (2012). *Panduan Lengkap SPSS Versi 20* (E. Kurnia (ed.)).
- Sena, H. B., Santi, F., & Dewi, A. P. (2014). *Komunikasi Pemasaran Terpadu dalam Periklanan dan Promosi* (8th ed.). Salemba Empat.
- Sendari, A. A. (2020). *Beda Softcase, Hardcase, Anticrack, dan Blackmate untuk Pilih Pelindung HP*. Liputan6. <https://hot.liputan6.com/read/4320426/beda-softcase-hardcase-anticrack-dan-blackmate-untuk-pilih-pelindung-hp>
- Sugiyono, P. D. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Penerbit Alfabeta.
- Sugiyono, P. D. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif R&B*. Alfabeta.
- Suliyanto. (2011). *Ekonometrika Terapan: Teori dan Aplikasi dengan SPSS*. ANDI.
- Suryani, T. (2013). *Perilaku Konsumen di Era Internet* (1st ed.). Graha Ilmu.
- Syahreza, M. F., & Tanjung, I. S. (2018). Motif dan Pola Penggunaan Media Sosial Program Studi Pendidikan Ekonomi UNIMED. *Jurnal Interaksi*, 2, 61–84.
- Umar, H. (2011). *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis* (11th ed.). PT. Rajagrafindo Persada.
- We Are Social, H. (2020). *DIGITAL 2020*.
- Wikatanazal, E., Pardiman, P., & Rizal, M. (2021). Pengaruh Celebrity Endorser Dan Iklan Instagram Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Online Shop Championsteall. Id). *Jurnal Ilmiah Riset Manajemen*, 10(4). <http://riset.unisma.ac.id/index.php/jrm/article/view/10294/8205>
- Zamroni, M. (2017). Perkembangan Teknologi Komunikasi Dan Dampaknya Terhadap Kehidupan. *Jurnal Pendidikan*, X(2), 195–211.