

DAFTAR PUSTAKA

- Bambang Triputranto, Fahmi Nurdiansyah, F. M. (2021). Pengaruh Celebrity Endorser Terhadap Minat Akses Situs Web dan Aplikasi Tokopedia (Studi Kasus Pada Iklan Tokopedia X BTS).11.
- Christin halim, keni keni. (2022). Apakah Country Of Origin, Celebrity Endorsement. Dan e-Wom Yang dimediasi oleh Citra Merek Dapat Memprediksi Oleh Citra Merek Dapat Memprediksi Niat Membeli Produk Skincare? 18. <https://doi.org/10.30813/bmj.v%vi%i.3156>
- Dadang suhardi, rika irmayati. (n.d.). Pengaruh Celebrity Endorser, Citra Merek, dan Kepercayaan Merek Terhadap Minat Beli Konsumen. 2019, 3.
- Danang, S. (2015). Perilaku konsumen dan pemasaran. CAPS (Central of Academic Publishing Service).
- Hapzi Ali, aan W. (2022). Determinasi Komunikasi Pemasaran : Analisis Iklan, Selling dan Public relation.
- Jovita, D. indika dan cindy. (2017). Media sosial instagram sebagai sarana promosi untuk meningkatkan minat beli konsumen.
- Keller, kotler dan. (2017). Menejemen Pemasaran (12th ed.). Erlangga.
- Kotler, Philip, dan K. (2016). Marketing Management (pearson P. Hall (ed.); 15 th).
- Kotler, philip dan K. (2016). Marketing management 15 e (P. Education (ed.)).
- Lulu Khalilah Manggalania, H. S. (2021). Pengaruh Celebrity Endorsement, Country of Origin dan Electronic Word of Mouth terhadap Keputusan Pembelian dengan Citra Merek sebagai Variabel Intervening. 10.
- Mileva, L. dan A. fauzi. (2018). Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Online Pada Mahasiswa Sarjana Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis Angkatan 2014/2015 Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya yang Membeli Starbucks Menggunakan LINE). 58.
- Muslihah, F. (2018). Pengaruh Social Media Marketing Instagram Terhadap Keputusan pembelian Produk Fashion Dalam Pandangan Islam.
- Nasrullah, R. (2015). Media Sosial; Persfektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi. Simbiosis Rekatama Media.

- Nia Nur Kholifah^{1*}, Gandung Satriyono², R. L. (2023). Pengaruh Sosial Media Markteing Dan Brand Awarness Terhadap Purchase Intention (Studi Kasus pada Es Teh Indonesia Kebun Nganjuk). Astina Mandiri.
- Sari, H. A. (2018). Pengaruh iklan media sosial instagram terhadap respon konsumen di bandar lampung.
- Schiffman Leon, K. L. L. (2016). Perilaku Konsumen (2nd ed.). PT Indeks Gramedia.
- Sugiyono. (2018). Metode penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Alfabeta.
- Tjiptono, Fandi., dan C. G. (2017). Pemasaran Strategik (3rd ed.). Andi.
- Triwidyati, E., Gustawan, W. D., Astuti, M. D., & Ani, E. P. (2023). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan pembelian Batik Satrio Manah Tulungagung. *Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ)*, 4(1), 444-454.
- Wibawanto, A. (2018). Penggunaan Internet dalam Perpustakaan. *Pustakaloka*, 10(2), 191. <https://doi.org/10.21154/pustakaloka.v10i2.1472>
- Widyaningrum, premi wahyu. (2016). peran media sosial sebagai strategi pemasaran pada sewa kostum meiyu aiko malang. 2, 28.
- Yunanto, Y. (2017). Sumber Daya Manusia Industri Kreatif (Tenun Ikat) Menghadapi Persaingan Bisnis di Era MEA Kota Kediri.