

## DAFTAR PUSTAKA

- Andrew Gustnest Binalay, Silvya L. Mandey, C. M. O. M. (2016). Pengaruh Sikap, Norma Subyektif dan Motivasi Terhadap Minat Beli secara Online pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis di Manado. *Jurnal EMBA*, 4(Maret), 395–406. Diakses dari : <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/11607/11203>
- Dwi Setya, E. (2012). Periklanan Dalam Media Baru. *THE MESSENGER*, Volume IV, Nomor 1, IV, 37–43. Diakses dari : [https://www.researchgate.net/publication/321217208\\_PERIKLANAN\\_DALAM\\_MEDIA\\_BARU\\_Advertising\\_In\\_The\\_New\\_Media](https://www.researchgate.net/publication/321217208_PERIKLANAN_DALAM_MEDIA_BARU_Advertising_In_The_New_Media)
- Dwianto, A. G. (2004). Analisis Dampak Pemasaran Di Media Sosial Online Terhadap Citra Merek , Minat Beli Konsumen , Dan Net Promoter Score ( Pendekatan Eksperimental Virtual Brand Following pada aplikasi Instagram produk Fast Moving Consumer Goods @ erigostore pada Mahasiswa S. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)/Vol. 55 No. 1, 55(1)*. Diakses dari: <http://administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id/index.php/jab/article/view/2244/2644>
- Edwin Japarianto, & Sugiono Sugiharto. (2011). Pengaruh Shopping Life Style Dan Fashion Involvement Terhadap Impulse Buying Behavior Masyarakat High Income Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 6(1), 32–41. <https://doi.org/10.9744/pemasaran.6.1.32-41>. Diakses dari: <https://jurnalpemasaran.petra.ac.id/index.php/mar/article/view/18388/18212>
- Fure, H. (2013). Lokasi, Keberagaman Produk, Harga, Dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Minat Beli Pada Pasar Tradisional Bersehati Calaca. *Emba*, 1(3), 273–283. Diakses dari: <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/2023/1609>
- Ghozali. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program IBM SPSS 19* (kelima). Semarang: Universitas Diponegoro.
- Juanda, F., & Sondang, Y. (2014). Analisa Pengaruh Visibility , Credibility , Attraction , Dan Power Celebrity Endorser Terhadap Brand Image Bedak Marcks Venus. *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*, 2(1), 1–8. Diakses dari: <https://media.neliti.com/media/publications/140520-ID-none.pdf>
- Kristanto, O. D., Manajemen, J., Jember, U., Indraningrat, K., Manajemen, J., Jember, U., ... Jember, U. (2017). Pengaruh Viral Marketing , Celebrity Endorser Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian di Distro RMBL.

- Jurnal Bisnis Dan Manajemen BISMA*, 11(1), 62–75. Diakses dari: <https://jurnal.unej.ac.id/index.php/BISMA/article/view/6209/4603>
- Kurniawati, D. (2013). Strategi Pemasaran Melalui Media Sosial dan Minat Beli Mahasiswa. *Jurnal Simbolika/Volume 1/Nomor 2*. Diakses dari: <http://www.ojs.uma.ac.id/index.php/symbolika/article/view/200/162>
- Liang, T.-P., & Lai, H.-J. (2000). Electronic store design and consumer choice: An empirical study. *Proceedings of the 33rd Annual Hawaii International Conference on System Sciences*, 6(c), 1–10. <https://doi.org/10.1109/HICSS.2000.926863>. Diakses dari: <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.96.490&rep=rep1&type=pdf>
- Meldarianda, R., Lisan, H., Kristen, U., & Bandung, M. (2010). Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Resort Café Atmosphere Bandung. *Jurnal Bisnis Dan Ekonomi (JBE)*, 17(2), 97–108. Diakses dari: <https://media.neliti.com/media/publications/24273-ID-pengaruh-store-atmosphere-terhadap-minat-beli-konsumen-pada-resort-cafe-atmosphe.pdf>
- Olivia, D., Rachmat, N., Ariyanti, M., & Zuliestiana, D. A. (2015). Pengaruh Celebrity Endorser di Media Sosial Instagram dalam Promosi Produk Hijab terhadap Minat Beli Konsumen ( Studi Kasus pada Akun Instagram @ zahratuljannah dan @ joyagh ) “ Influence of Instagram Celebrity Endorsement on Consumer Buying Intention for. *E-Proceeding of Management : Vol.3, No.3*, 3(3), 2858–2865. Diakses dari: <http://libraryeproceeding.telkomuniversity.ac.id/index.php/management/article/view/3167/3002>
- Pujiadi, B. (2010). Terhadap Merek ( Kasus pada Merek Pasta Gigi Ciptadent di Semarang ). *Tesis*. Diakses dari: [http://eprints.undip.ac.id/24061/1/BAMBANG\\_PUJADI.pdf](http://eprints.undip.ac.id/24061/1/BAMBANG_PUJADI.pdf)
- Rahmia, V., Wijaksana, T. I., Sos, S., Si, M., Prodi, S., Administrasi, I., ... Telkom, U. (2015). Pengaruh Celebirty Endorser Terhadap Proses Keputusan Pembelian Produk Sepatu Online Shop Retail Thrpy di Sosial Media Instagram. *E-Proceeding of Management : Vol.2, No.3*, 2(3), 3713–3720. Diakses dari: [http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:hE5zSHtc7vsJ:repositor y.telkomuniversity.ac.id/pustaka/files/104522/jurnal\\_eproc/pengaruh-celebrity-endorser-terhadap-proses-keputusan-pembelian-produk-sepatu-retailthropy-di-sosial-media-instagram.pdf+&cd=1&hl=en&ct=clnk&gl=id](http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:hE5zSHtc7vsJ:repositor y.telkomuniversity.ac.id/pustaka/files/104522/jurnal_eproc/pengaruh-celebrity-endorser-terhadap-proses-keputusan-pembelian-produk-sepatu-retailthropy-di-sosial-media-instagram.pdf+&cd=1&hl=en&ct=clnk&gl=id)
- Riyantoro, B. (2013). Efektivitas Iklan Melalui Jejaring Sosial Sebagai. *Proceeding*

*PESAT (Psikologi, Ekonomi, Sastra, Arsitektur & Teknik Sipil)*, 5, 8–9. Diakses dari: <https://media.neliti.com/media/publications/170706-ID-efektivitas-iklan-melalui-jejaring-sosia.pdf>

Selang, C. A., Bauran Pemasaran, P., & Selang Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Sam Ratulangi Manado, C. A. (2013). Bauran Pemasaran (Marketing Mix) Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Fresh Mart Bahu Mall Manado. *Jurnal EMBA*, 711(3), 71–80. Diambil dari: <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/1374/1085>

Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung.

