

## DAFTAR PUSTAKA

### a. Buku-Buku

Kotler Philip dan Kevin Lane Keller. 2013. Manajemen Pemasaran. terjemahan Bob Sabran. edisi ketigabelas. jilid dua. Jakarta: Prehalindo

Kotler, P., & Armstrong, G. (2001). Prinsip- prinsip pemasaran, Edisi keduabelas, Jilid 1. Jakarta: Erlangga

Martono, Nanang. 2014. METODE PENELITIAN KUANTITATIF: Analisis Isi dan Analisis Data Sekunder. Jakarta: PR RajaGrafindo Persaja

Miftachul ‘ulum. 2016. Uji Validitas Dan Uji Reliabilitas. Malang: Stikeswch

Santoso, Imam. Harries Madistriatno. 2020. Metodologi Penelitian Kualitatif. Tangerang. Indigo Indonesia

Shimp, Terence. 2017. Komunikasi Pemasaran Terpadu dalam periklanan dan Promosi. Jakarta: Salemba Empat

Sugiyono. 2019. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung. CV Alfabeta.

Sudjana, 2005. Metoda Statistika. Bandung: Tarsito

### b. Artikel, Jurnal Ilmiah

Annur, Cindy Mutia. 2020 .Berapa Usia Mayoritas Pengguna Media Sosial Di Indonesia Databoks, , 1

Astuti, Sinta Indi, Septo Pawelas Arso, and Putri Asmita Wigati. 2015. Analisis

- Standar Pelayanan Minimal Pada Instalasi Rawat Jalan Di RSUD Kota Semarang. (No.3):hlm. 103–11
- Autoridad Nacional del Servicio Civil. 2021. *Angewandte Chemie International Edition* 6(No.11)hlm: 951–952
- Batubara, Azmiani, and Rahmat Hidayat. 2016. "Pengaruh Penetapan Harga Dan Promosi Terhadap Tingkat Penjualan Tiket Pada PSA Mihin Lanka Airlines" *Ilman*, 4.1 hlm:14
- Dinggong, M R, B Lumanauw, and I Trang. 2015."Pengaruh Bauran Pemasaran, Celebrity...". *Jurnal EMBA*, Vol III (No.3)
- Fenny, Fenny, and Riris Loisa. 2021. "Pengaruh Endorsement Oleh Beauty Vlogger Terhadap Minat Beli Kosmetik" *Prologia*, Vol.V. (No.1) hlm: 94
- Jasmani. 2019. "Pengaruh Product Development Dan Promotion Mix Terhadap Peningkatan Penjualan Yang Berdampak Pada Keunggulan Bersaing". *Jurnal Ekonomi Efektif Tahun 1* (No.2): hlm 117–26
- Made Resta Handika, Gede Sri Darma. 2018. "Strategi Pemasaran Bisnis Kuliner Menggunakan Influencer Melalui Media Sosial Instagram" *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, Volume. 15. (No.2): hlm 195
- Ramadhan, Aura, Cut Nadia Naswandi, and Citra Maharani Herman 2020. "Fenomena Endorsement Di Instagramstory Pada Kalangan Selebgram". *Kareba*, Vol 9 (No.2): hlm 316–29
- Superwiratni, Superwiratni.2018. "Pengaruh Celebrity Endorsement Terhadap

Keputusan Menginap Di Cottage Daarul Jannah"THE Journal :  
Tourism and Hospitality Essentials Journal, Vol 8 (No.2):hlm 99

Tandarto, Rendy. 2017. "Pengaruh Brand Awareness Terhadap Customer Loyalty Dengan Celebrity Endorsement Raline Shah Sebagai Variabel Intervening Top White Coffee Di Surabaya" Jurnal Strategi Pemasaran. Vol 4 (NO.1):hlm 10

Valentine Parengkuan, Altje Tumbel dan Rudy Wenas.2014. Analisis Pengaruh Brand Image Dan Celebrity Endorsment Terhadap Keputusan Pembelian Produk Shampo Head And Shoulders Di 24 Mart Manado. Jurnal EMBA, Vol. 2 (No.3):hlm 1792-1802

Wijaya, Sonny Nathaniel Catur. 2020. "Pengaruh Celebrity Endorsement Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Brand Image Pada Produk Sportswear Merek Under Armour".Agora Vol. 8 (No.2)

Wulandari. 2017. "Pengaruh Penggunaan Endorsement Terhadap Omzet Penjualan Usaha Online Shop Di Palangka Raya" Vol.1, hlm 1–12

### **c. Makalah, Skripsi, Tesis**

Fasya, Falyahya Kamal. 2020 Hubungan Promosi Di Media Sosial Dan Inovasi Produk Dengan Keputusan Pembelian Otak-Otak Dan Nuget Di Umkm Mandiri Kecamatan Kramat Kabupaten Tegal. Skripsi. Tegal: Fakultas Ekonomi Dan Bisnis - Program Studi Manajemen Universitas Pancasakti Tegal

Petri, Mia Muliyani. 2020. Strategi Pemasaran Dalam Mempertahankan Bisnis Umkm Di Tengah Pandemi Covid-19 (Studi UMKM Buket Bunga Gallery Daisuki Jambi). Skripsi. Jambi: Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam - Program Studi Ekonomi Syariah Universitas Islam Negeri (Uin) Sulthan Thaha Saifuddin Jambi

Rif'adah, Yulia. 2019. Pengaruh Islamic Endorsement Dan Islamic Branding Terhadap Minat Beli Di Media Sosial Instagram Safi Indonesia. Skripsi. Surabaya. Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Program Studi Ekonomi Syariah Universitas Islam Negeri Sunan Ampel

Tiasto, Danang Enggar.2020. Endorsement Sebagai Alat Pemasaran Melalui Media Sosial Dalam Perspektif Hukum Ekonomi Syariah (Studi Kasus Pelaku Endorsment Di Iain Metro). Skripsi. Metro. Jurusan Hukum Ekonomi Syari'ah (Hesy) Fakultas Syariah Institut Agama Islam Negeri (Iain) Metro

Agustina, Ajeng Ananda.2020. Pengaruh Penilaian Prestasi Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Bagian Produksi Pada Pt. Triman Pharmaceutical Industry Kab. Bandung.Skripsi tidak diterbitkan. Bandung: Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Pasundan

**d. Internet**

<https://soka.co.id/>

<https://doi.org/10.17509/thej.v8i2.13743pengguna-instagram-terbanyak-indonesia-urutan-berapa>

[http://digilib.iain-palangkaraya.ac.id/799/1/SKRIPSI Sri Ayu.pdf](http://digilib.iain-palangkaraya.ac.id/799/1/SKRIPSI%20Sri%20Ayu.pdf)

<http://publication.petra.ac.id/index.php/manajemen-pemasaran/article/view/5107>

Https://Databoks.Katadata.Co.Id, 2021,

<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/11/23/berapa-usia-mayoritas-pengguna-media-sosial-di-indonesia#>

<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/06/29/perempuan-paling-banyak-gunakan-instagram-di-indonesia>

<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/08/03/inilah-negara>

<https://doi.org/10.24912/pr.v5i1.8141>

<https://www.allstars.id/instagram-engagement-rate-cal>