

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah. 2020. *Toward the Best Model of Purchase Decision Through Online Store in Indonesia from the Lens of Price Perception, Service Quality and Marketing Communication*. *Advances in Economics Business and Management Research*, 285–290. Vol. 120
<https://doi.org/10.2991/aebmr.k.200205.049>
- Abetha Alma dan Yon Rizal. 2020. Pengaruh Celebrity Endorsement, Testimoni, Kualitas Layanan, Terhadap Keputusan Pembelian Di Instagram. *Entrepreneurship Journal*, 51-58. Vol. 3, No.2.
<https://jurnal.fkip.unilaa.ac.id>
- Adhari. 2021. Keputusan Pelanggan, Qiara Media, Jawa Timur.
- Aeni dan Ratnasari. 2021. Pengaruh Testimoni Dan Celebrity Endorser Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Media Sosial. *Jurnal Prosiding SNasPPM*, 416–418. Vol. 5, No 2.
<https://sipd.unirow.ac.id/prosiding/index.php/SNasPPM/article/view/451>
- Ammah, Sudarwanto, Niaga. 2022. Pengaruh Citra Merk Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Testimoni Pada Klinik Kecantikan Ms Glow di Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga*, 1600–1609. Vol. 10, No. 1
<https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/jptn/article/download/42604/37051>
- Andrew, dan Shimp. 2017. *Integrated Marketing Communication*, South Western : Cengage Learning.
- Ani, Lumanauw, dan Tampenawas. 2021. Pengaruh Citra Merek, Promosi Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada E-Commerce Tokopedia Di Kota Manado. *Jurnal EMBA*, 663–674. Vol, 9 No. 2
<https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/viewFile/38284/34957>
- Arman. 2022. *Introduksi Manajemen Pemasaran dan Dasar Pengantar Manajemen Pemasaran*, Ld Media, Sumatera Selatan.
- Arianto. 2018. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pengunjung, *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, Vol. 1. No 2.
<https://openjurnalunpan.ac.id>
- Arini Soemohadiwidjojo. 2018. *SOP dan KPI Untuk UMKM dan Star Up*, Raih Asa Sukses. Jakarta.
- Asri dan Widiartanto. 2019. Pengaruh Online Customer Review dan Online Customer Rating Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Marketplace Shopee. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*. 55-66. Vol. 8, No. 2.

<https://ejournal3.undip.ac.id>

- Assauri, Sofjan. 2016. *Strategic Marketing : Sustaining Lifetime Customer Value*, PT Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Badri, dan Safitri. 2021. Pengaruh Brand Ambassador, Minat Beli Dan Testimoni Terhadap Keputusan Pembelian Online Di Instagram Pada Mahasiswa Di Kota Padang. *Jurnal Ilmiah Manajemen*, 372–380. Vol. 9, No. 4
<http://www.ejournal.pelitaindonesia.ac.id/ojs32/index.php/PROCURATIO/article/view/1377>
- Buchari Alma. 2016. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, Alfabeta, Bandung.
- Buchari Alma. 2020. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, Edisi Revisi, CV Alfabeta, Bandung.
- Bramanty dan Jatra. 2016. Pengaruh Celebrity Endorsement dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian, *E-jurnal Manajemen*, Vo. 5. No. 3
<https://universitasudidaya>.
- Cahaya. 2018. Pengaruh Testimonial dan Endorsement Terhadap Keputusan Pembelian Produk Hijab Melalui Media Sosial Instagram pada Toko Queen Hijab Samarinda. *Ejournal Administrasi Bisnis*, 1384-1398. Vol. 6, No. 4.
<http://ejournal.adbisnis.fisip-unmul.ac.id/sitee/?p=1919>
- Dewa. 2018. Pengaruh Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian Wisatawan Yogyakarta Pada Oleh-oleh Jogja Scrummy. *Jurnal Manajemen*, 1–9. Vol. 8, No.1
<http://jurnalfe.ustjogja.ac.id>
- Dewi, Kusrin, dan Arindawati. 2022. Pengaruh Testinonial Review Celebrity Endorser Tasya Farasya Terhadap Minat Beli Produk Skincare Whitelab. *Open Jurnal Systems*, 7201–7212. Vol. 16, No. 8
<http://ejurnal.binawakya.or.id/index.php/MBI>
- Erni, dan Kurniawan. 2017. *Pengantar Manajemen*, Edisi 1, Kencana, Jakarta.
- Fahad A. 2019. Pengaruh Ulasan Produk Online Terhadap Niat Beli Pelanggan Saudi, *Internasional Journal of Economics Commerce and Management*. 297-311. Vol. 7, No. 1
<http://ijcm.co.uk/>
- Fandy Tjiptono. 2016. *Service Quality dan Satisfaction*, Andi Offset. Jakarta.
- Firmansyah. 2020. *Komunikasi Pemasaran*, Qiara Media, Jawa Timur.
- Glenister. G., 2021. *Marketing Strategy How To Create Successful Incer*. CP Group UK

Ltd Croydon. New York.

Griffiths. 2014. *Jurus Rahasia Membangun Bisnis Hebat*, Tangga Pustaka. Jakarta.

Gunawan. 2022. *Keputusan Pembelian Konsumen Marketplace Shopee Berbasis Social Media Marketing*, Inovasi Pratama Internasional, Padang.

Gupta. 2017. *Construction And Validation Of Five-Dimensional Celebrity Endorsement, Scale Introducing The Pater Model*, British Jurnal Of Marketing Studies, 15-35, Vol. 5, No. 4
www.ejournal.org

Hariyanti dan Wirapraja. 2018. *Pengaruh Influencer Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Digital Era Moder*, Jurnal Eksekutif, 133-146. Vol. 15

Harto, dan Nasikah. 2020. *The Effect of Celebrity Endorsement and Trust on Purchasing Decisions. International Journal of Economics and Management Studies*, 72-77. Vol. 7, No. 3
<https://doi.org/10.14445/23939125/IJEMS-V7I3P111>

Hasanah. 2019. *Pengaruh Tingkat Religiusitas, Pengetahuan, Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Preferensi Menabung Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Palembang Pada Bank Syariah*. Balance Jurnal Akuntansi Dan Bisnis, 485-495. Vol. 4, No. 1
<https://doi.org/10.32502/jab.v4i1.1815>

Indrasari. 2019. *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*, Press Unitomo, Jawa Timur.

Kertamukti. 2016. *Strategy Kreatif Dalam Periklanan, Konsep Pesan Media Branding, Anggaran*, Raja Grafindo Persada. Jakarta.

Kotler, Philip dan Gary Armstrong, terjemahan Bob Sabran 2018. *Principles of Marketing*, Pearson Education Limited, United Kingdom.

Kotler, Philip dan Keller, terjemahan Bob Sabran. 2016. *Principles of Marketing*, Pearson Education Limited, United Kingdom.

Lupiyoadi. 2016. *Manajemen Pemasaran Edisi 4*, Salemba Empat. Jakarta.

Mambu, Trifena, Tampi, Johny. 2021. *Kepercayaan Konsumen, Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian pada Aplikasi E-Commerce Shopee di Kota Tondano*. Jurnal Productivity, 79-84. Vol. 2, No. 1
<https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/productivity/article/download/32942/31104>

Malayu S.P Hasibuan. 2017. *Manajemen Sumber Daya Manusia*, PT Bumi Aksara, Jakarta.

- Monle Lee dan Carla Jhonson. 2014. Prinsip-Prinsip Pokok Periklanan Dalam Perspektif Global, Prenada Media Kencana, Jakarta.
- Mowen, C. 2016. Perilaku Konsumen Jilid 2, Erlangga. Jakarta.
- Mulia dan Afriapoll. 2021. Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Terhadap Kepuasan Konsumen, Ilomata Internasional Journal of Tax dan Accounting. 61-70. Vol. 2, No. 1
<https://www.ilomata.org/indx.php/ijtc>
- Muslih, Nasution, dan Mentari. 2021. *The Influence of Celebrity Endoser and Product Quality on Purchase Decision Through Brand Image as Intervening Variabel in Wardah Cosmetic*. Proceeding International Seminar on Islamic Studies, 412–432. Vol. 2, No. 1
<http://jurnal.umsu.ac.id/index.php/insis/article/view/6307>
- Nawang Sari, dan Pramesti. 2017. Pengaruh Kepercayaan, Kualitas Layanan, dan Keamanan Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Tokopedia.com). Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia, 385–394. Vol. 4, No. 3
<https://doi.org/10.31843/jmbi.v4i3.131>
- Neri, Sihab dan Endah. 2021. Pengaruh Viral Marketing, Online Customer Review, Persepsi Harga, Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Gaya Hidup Sebagai Variabel Intervening Di Marketplace Shopee, Internasional Journal of Multicultural and Multireligious Understanding, 496-507. Vol. 8, No. 3
<http://dx.doi.org/10.18415/ijmmu.v8i3.2526>
- Nigrum, dan Tresnati. 2018. Pengaruh Iklan Testimoni Terhadap Keputusan Pembelian. Jurnal Prosiding Manajemen, 274–279. Vol. 4, No.1
<https://karyatulisilmiah.unisba.ac.id/index.php/manajemen/article/view/9848>
- Ode, Nilammadi, Atin, Leksono, Sari, dan Safitri. 2020. Hubungan Celebrity Endorsment Terhadap Keputusan Pembelian Pada Shopee Dan Tokopedia. Jurnal Bisnis Dan Kajian Strategi Manajemen, 1–13. Vol. 5, No. 1
<http://jurnal.utu.ac.id/jbkan/article/download/3045/2050>
- Percy dan Rossiter. 2017. *Methodological Cuidelinestor Edvertising Reseach*, Mc Grawhill. New York
- Pradika, dan Setiawan. 2022. Pengaruh Celebrity Endorsement, Kualitas Produk, dan Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk Ms Glow (di Toko Asa Beauty Ms Glow Semarang). Jurnal Ilmiah Indonesia, 862–871. Vol. 7, No. 1
<https://www.junal.syntaxliterate.co.id/index.php/syntax-literate/article/view/5889>
- Prianggoro, dan Sitio. 2020. *Effect of Service Quality and Promotion on Purchase*

- Decisions and Their Implications on Customer Satisfaction. International Journal of Engineering Technologies and Management Research*, 51–62. Vol. 6, No. 6
<https://doi.org/10.29121/ijetmr.v6.i6.2019.393>
- Yohanes. 2021. *Impact of Celebrity Endorser , E-Service Quality , and E-Word Of Mouth on Product Purchasing Decisions at Online Shop. Internasional Journal of Business and Management Invention*, 1–7. Vol. 10, No. 5
<https://doi.org/10.35629/8028-1005010107>
- Ramadhani. 2020. Pengaruh Citra Merek, Kepercayaan, Kualitas Layanan Website Shopee Terhadap Keputusan Pembelian Online (Studi Pada Mahasiswa Universitas Stikubank Semarang). *Proceeding Sendiu*, 978–979. Vol. 1, No. 1
<https://www.unisbank.ac.id/ojs/index.php/sendiu/article/view/8049>
- Rossiter, Percy, dan Bergkvist. 2018. *Marketing Communications: Objectives, Strategy, Tactics*, Teller Road Thousand Oaks, United Kingdom Sage.
- Rusydi. 2017. *Customer Excellence*, Gosyen Publishing, Yogyakarta.
- Russell. A., 2020. *The Influncer Code*, Caroyln Kasper, United States.
- Sarinah, dan Mardalena. 2017. Pengantar Manajemen. 1–171. CV Budi Utama. Yogyakarta.
- Satriadi. 2021. *Manajemeen Pemasaran*, Samudra Biru, Yogyakarta.
- Schiffmant, dan Kanuk. 2015. *Perilaku Konsumen alih bahasa : Sangadji*, Pustaka Utama. Jakarta
- Setyarini, dan Sutanto. 2020. Analisis Deskriptif Testimoni dan Selegram Endorsement terhadap Minat Beli pada Media Sosial Instagram. *Jurnal Ippmunsera*, Vol. 1, No. 1
<https://e-jurnal.lppmunsera.org>
- Sharon. 2018. Pengaruh Karakteristik Celebrity Endorsement Melalui Media Sosial Instagram Terhadap Minat Beli Konsumen, *Jurnal Hospital dan Manajemen Jasa*, Vo. 6, No.2
- Shimp, Terence A. 2018. *Advertising, Promotion, And Other Aspects Of Integrated, Marketing Communication*. Edisi 10. Boston: Cengage.
- Sinurat dan Mukti. 2020. Analisis E-service Quality dan Quality Information Terhadap Kepercayaan dan Dampaknya Terhadap Keputusan Pembelian Pada Konsumen, *Internasional Journal of Inovative Science and Research Techbology*, 538-548. Vol. 5, No. 3

- Sriyanto, dan Kuncoro. 2019. Pengaruh Brand Ambassador, Minat Beli dan Testimoni Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ekonomika Dan Manajemen*, 21–34. Vol. 8, No. 1
<https://journal.budiluhur.ac.id/index.php/ema/article/view/858>
- Sriyanto, dan Utami. 2016. Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek dan Kualitas Layanan terhadap Keputusan Pembelian Produk Dadone di Jakarta. *Jurnal Ekonomika Dan Manajemen*, 163–175. Vol. 5, No. 2
<https://journal.budiluhur.ac.id/index.php/ema/article/view/331>
- Subastian, Firsya, dan Sanjaya. 2021. Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Celebrity Endorser Raffi Ahmad Terhadap Minat Beli Produk Skincare MS. Glow. *Jurnal Manajemen Bisnis Islam*, 1–10. Vol. 2, No.1
<http://eejournal.radeenintan.ac.id/index.php/RJMBI>
- Sugiyono. 2021. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif*, Penerbit Alfabeta, Bandung.
- Sutardjo, Mandey, dan Raintung. 2020. Pengaruh Gaya Hidup, Word Of Mouth dan Endorsement Terhadap Keputusan Pembelian Pada Glorusglouruss Store Manado. *Jurnal Emba*, 90–99. Vol. 8, No. 4
<https://doi.org/2303-1174>
- Sutisna. 2016. *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran Pengantar Oleh Prof.Dr. Teddy Pawitra*, PT Remaja Rosda Karya. Jakarta.
- Tanady, dan Fuad. 2020. Analisis Pengaruh Citra Merek dan Kualitas layanan Terhadap Keputusan Pembelian Tokopedia di Jakarta. *Manajemen Pemasaran*, 113–123. Vol. 9, No. 2
<https://jurnal.kwikkiangie.ac.id/index.php/JM/article/view/663>
- Tasnim, Andriasan, Martono, Nurhaini. 2021. *Komunikasi Pemasaran*. Yayasan Kita Menulis. Medan.
- Verhoef Petter C. 2016. *Creating Valur Eiht Big Data Analytics*, Taylor, Prancis.
- Vita, Widiarti, Kurniati, Hardati. 2021 Pengaruh Testimoni dan Selebgram Endorsement Terhadap Minat Pembelian Onlineshop Di Media Sosial Instagram. *Jurnal Jiagabi*, 109–114. Vol. 10, No. 2
<http://riset.unisma.ac.id/index.php/jiagabi/article/view/12906>
- Yesilouglu, S., dan Costello, J. 2021. *Influencer Marketing Building Brand Communities And Engagement*. Newgen Publishing UK. New York.
- Yujie Fan dan Yue Meng. 2020. Ulasan Online Mempengaruhi Keputusan Pembelian, Mediasi Dari Kegunaan Yang Dirasakan, *Internasional Conference on Economics Development, Business dan Management*, 322-326. Vol. 5, No. 8

<http://10.25236/edbm.2020.058>

Zainal Abidin. 2015. Testimonial : Ketika Pelanggan Anda Jadi Ujung Tombak Tenaga Marketing dan Penjualan Yang Paling Militan. Alazt Seltf Publishing. Jakarta.

Zahroh, Zaqiyah, dan Novie. 2021. Pengaruh Celebrity Endorser dan Persepsi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Ms Glow di Sidoarjo. *Jurnal Greenomika*, 90–97. Vol. 3, No. 2
<https://doi.org/2657-0114>

Zahra, dan Rina. 2018. Pengaruh Celebrity Endorsement Hamidah Rachmayanti Terhadap Keputusan Pembelian Produk Online Shop Mayoufit di Kota Bandung. *Jurnal Lontar*, 43–57. Vol. 6, No. 1
<https://e-jurnal.lppmunsure.or/index.php/LONTAR/article/view/648>