

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Aisyah, S. (2020). *Manajemen Pemasaran*. 8. Jakarta: Erlangga.
- Assauri, S. (2015). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Darmanto, M. M., & Sri Wardaya, M. (2016). *Manajemen Pemasaran Untuk Mahasiswa, Usaha Mikro, Kecil dan Menengah*. STIE St. Pignatelli Surakarta, 5.
- Effendi, U. (2016). *Psikologi Konsumen*. Jakarta: Rajawali.
- Herry Krisnandi, Suryono Efendi, dan E. S. (2019). *Pengantar Manajemen Panduan menguasai Ilmu Manajemen*. Jakarta: LPU-UNAS
- Kotler, P. dan K. L. K. (2012). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Priyono, P., Bina, U., & Priyono, P. (2016). *Buku pengantar manajemen*. July. (T-Chandra, Ed). Zifatama Publishing.
- Manap, A. (2016). *Revolusi Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Mursid, M. (2010). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Sadikin, A. Misra, I. (2018) *Pengantar Manajemen dan Bisnis*. Yogyakarta: K-Media.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Jakarta: PT Alfabet.
- Thamrin Abdullah, F. T. (2016). *Manajemen Pemasaran*. PT. Rajagrafindo Persada.
- Yulia, farida, Lamsah, & Periyadi. (2019). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: CV. Budi Utama.

Jurnal

- Aisy RR. (2021). "Pengaruh Digital Marketing dan Brand Loyalty Terhadap Keputusan Pembelian". *Jurnal Ekonomi*.
- Amaliyyah, R. (2021). "Pengaruh Dimensi Electronic Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Di Marketplace Shopee Dalam Perspektif Ekonomi Islam." *Jurnal Ekonomi*.
- Amrullah, M. F. (2021). "Pengaruh Celebrity Endorser, Brand Image, dan Elektronik Word of Mouth terhadap Pembelian Pada Pengguna E-Commerce Shopee di Indonesia". (*Journal of Economics, Business, & Entrepreneurship*).
<https://doi.org/10.29303/alexandria.v2i1.28>
- Arsyadani, A. (2020). "Pengaruh Harga dan Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian di Minimarket Kopma IAIN Walisongo Semarang." *Universitas Islam Negeri Walisongo*.
- Azizah, Anur. Studi P. Syariah Ekonomi Keuangan dan Ekonomi Bisnis. (2022). "Pengaruh Word of Mouth (WOM), Harga, Kualitas Pelayanan, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian."
- Bahi, Hamdan 'Afif., Praktiko, Heri dan Dhewi, T. S. (2020). "The Impact of eWOM and Advertising on Purchase Decisions Si.Se.Sa. Syar'I Clothes With Brand Awareness as an Intervening Variables". *International Journal of Business and Law.*, 23.
- Basuki, I. N. (2021). "Pengaruh Electronic Word of Mouth, Harga, dan Pemberian Hadiah Terhadap Keputusan Pembelian: Studi pada konsumen Ghealsyshoes Malang Jawa Timur". <http://etheses.uin-malang.ac.id/29967/>
- Cahyaningtyas, R., & Indra Wijaksana, T. (2021). "The Influence of Product Reviews and Marketing Content on Tiktok on Scarlett Whitening By Felicya Angelista Purchasing Decisions".
- Fanoberova, Anna & Kuczkowska, H. (2019). "Effects of source credibility and information quality on attitudes and purchase intentions of apparel products." *Thesis, Umeå School of Business and Economics Sweden*.
- Faozah, Wardhana (2020). "Pengaruh Celebrity Endorser dan Electronic Word of Mouth (Ewom) Terhadap Keputusan Pembelian Pada Akun Instagram

Local.Id." *E-Proceeding of Management*.

- Habibah, I. N., & Nasionalita, K. (2019). "The Effect Of Electronic Word of Mouth (eWOM) By Beauty Influencer On Interests For Buying Brand Make Up Wardah (Study on YouTube Subscribers on Tasya Farasya Channel)."
- Maulidi, W. S. (2019). "Pengaruh Electronic Word of Mouth (eWOM) Di Instagram Terhadap Minat Berkunjung Dan Dampaknya Terhadap Keputusan Berkunjung (Survei Pada Wisata Muara Bengawan Solo, Gresik)". *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*.
- Novitasari, S. (2019). "Pengaruh Harga, Online Riview dan Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Kasus Pada Konsumen Produk Make-Up Focallure)". *Journal of Chemical Information and Modeling*.
- Prastiwi, S. K., & Aminah, A. S. (2021). "The Effect Of Credibility, Electronic Word of Mouth Communication on Purchase Intentions". *Journal of Business Management Review*.
- Putra, S. R. F., & Saputri, M. E. (2019). "Pengaruh Celebrity Endorser Dan Electronic Word of Mouth Terhadap Purchase Decision Pada Pelanggan Tokopedia". *EProceedings*.
- Rahmawati, A. W. (2022). "Pengaruh Celebrity Endorser, Brand Image, Online Customer Review Dan E-Trust Terhadap Keputusan Pembelian pada Marketplace Shopee". *Religion Education Social Laa Roiba Journal*.
- SA, M. (2015). "Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, Lokasi Dan Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian Di Ranch Market". *Jurnal Ekonomi*.
- Sani, S. A., Batubara, M., Silalahi, P. R., Syahputri, R. R., & Liana, V. (2022). "Pengaruh Promosi, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Scarlett Whitening (Studi Kasus Pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara)". *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*.
- Siregar, W. S., Margareth, C. C., & Fitri, N. (2021). "Pengaruh Celebrity Endorser dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlett Whitening (Studi Kasus Pada Mahasiswa di kota Medan)". *Jurnal Administrasi Bisnis*.

- Siswanty, Y. E., & Prihatin, A. E. (2020). "Pengaruh Electronic Word of Mouth, Brand Image dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Sariayu Martha Tilaar (Studi pada Konsumen Wanita Sariayu Martha Tilaar yang berada di Kota Semarang)". *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*.
- Trisari, A. (2019). "Pengaruh Celebrity Endorser (Via Vallen) Dalam Iklan Televisi Produk Luwak White Koffie Terhadap Minat Beli Konsumen".
- Wilson, N. (2020). "Analisis Pengaruh Dimensi Celebrity Endorser Terhadap Kesadaran Merek Dan Intensi Pembelian: Studi Kasus Pada Sektor Chinese-Brand Smartphone Di Indonesia Analysis of the Effect of Celebrity Endorser Dimensions on Brand Awareness and Purchase Intention". *DeReMa (Development Research of Management): Jurnal Manajemen*.
- Husen, Yusri, Puji Isyanto, dan Asep Darojatul Romli. (2021). "Pengaruh Promosi dan Persepsi Manfaat Terhadap Keputusan Pembelian Aplikasi Dompot Digital OVO Pada Mahasiswa Universitas Buana Perjuangan Karawang". *Journal for Management Student*, 1, 4.
- Zahra, K. F., Listyorini, S., & Pinem, R. J. (2021). "Pengaruh Celebrity Endorser, Electronic Word of Mouth, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Konsumen Koesmetik Wardah di Kota Semarang)". *Ilmu Administrasi Bisnis*, X(X), 965-973.