

## DAFTAR PUSTAKA

- <https://compas.co.id/>
- Jayanti, D. D., Welsa, H., & Cahyani, P. D. (2020). Pengaruh Electronic Word Of Mouth Dan Celebrity Endorsment Terhadap Purchase Intention Dengan Brand Image Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Ilmiah Mea (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi)*, Vol. 4.
- Kristanto, O. D., Indraningrat, K., & Prasetiyaningtiyas, S. (2017). Pengaruh Viral Marketing, Celebrity Endorser Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Di Distro Rmbl. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, Vol. 11.
- Mubarok, D. A. (2016). Pengaruh Celebrity Endorsement Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Pada Konsumen Mahasiswa Kelas Reguler Sore Stie Inaba Bandung). *Jurnal Indonesia Membangun*, Vol.15.
- Nara, P. Z., & Nabilla, H. D. (2020). Pengaruh Celebrity Endorsement Dan Viral Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Oppo Di Kalangan Pelajar Sma Negeri 2 Banda Aceh. *Jurnal Ilmiah Manajemen Muhammadiyah Aceh (Jimma)*, Vol.10 .
- Ningsi, W. P., & Ekowati, S. (2021). Pengaruh Promosi Di Media Sosial Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Skincare MS Glow. *Jurnal Manajemen Modal Insani Dan Bisnis (Jmmib)*, Vol 2.
- Ritonga, H. M., Fikrii, M. E., Siregar, N., Agustin, R. R., & Hidayat, R. (2018). *Manajemen Pemasaran Konsep Dan Trategi*. Medan.
- Sandy, K., Thoyib, S., & Christianingrum. (2020). Pengaruh Viral Marketing Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Online Melalui Media Sosial Instagram Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Bangka Belitung Angkatan 2016-2018. *Pengaruh Viral Marketing Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Online Melalui Media Sosial Instagram Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Bangka Belitung Angkatan 2016-2018*, Vol. 1.
- Setiawan, L. (2018). Pengaruh Celebrity Endorsement Terhadap Purchase Intention Dengan Brand Awareness Sebagai Variabel Mediasi Pada Produk Green Tea Espre cielo Allure. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, Vol. 12, 53 - 60.
- Shahnaz, N. B., & Wahyono. (2016, Oktober - Desember). Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen Di Toko Online. *Management Analysis Journal* .
- Sigar, D., Soepeno, D., & Tampenawas, J. (2021). Pengaruh Brand Ambassador, Viral Marketing Dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Nike Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Unsrat . *Jurnal Emba*, Vol. 9, 841-850.
- Widyaningrum, P. W. (2019). Pengaruh Label Halal, Kesadaran Halal, Iklan, Dan Celebrity Endorser Terhadap Minat Pembelian Kosmetik Melalui Variabel Persepsi Sebagai Mediasi (Studi Pada Civitas Akademika Universitas Muhammadiyah Ponorogo). *Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, Vol. 2.
- Zainurossalamia, S. (2020). *Manajemen Pemasaran Teori & Strategi*. (Hamdan, Ed.) Nusa Tenggara Barat: Forum Pemuda Aswaja.