

DAFTAR PUSTAKA

- A.Shimp, Terence. (2014). *Komunikasi Pemasaran Terpadu dalam periklanan dan Promosi*. Jakarta: Salemba Empat.
- Agustin Mutia Syahidah, Bellananda Iftitah Syachdo, Muchammad Saifuddin/2022/Pengaruh Moderasi Gambar dan Kualitas Produk terhadap *Celebrity Endroser* dan *Brand Image* pada Keputusan Pembelian Produk Erigo Apparel. *Jurnal Ilmiah Feasible: Bisnis, Kewirausahaan & Koperasi*, Vol.4. No.1 Februari 2022: 86-98
- Alma, Buchari. 2014. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung. Alfabeta.
- Assauri.S. (2013). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Copley, Paul. 2014. *Marketing Communications Management*. Galway: Ann Torres National University or Ireland
- Ghani, M. A., Othman, A., Ibrahim, N. A., & Ismail, W. Z. (2016). *Relationship Marketing Practices and Effects on Marketing Effectiveness: An Empirical Insight from the Hotel Industry*. *International Review of Management and Marketing* .
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23 (Edisi 8)*. Cetakan ke VIII. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

- Gunelius, S. (2011). *30-Minute Social Media Marketing*. United States: McGraw Hill.
- Ha, Hong Youl dan Helen Perks. "Effects of Consumer Perceptions of Brand Experience on the Web: Brand Familiarity, Satisfaction and Brand trust". *Journal of Consumer Behaviour*. Vol. 4:6, 2015.
- Ha, Hong Youl dan Helen Perks. "Effects of Consumer Perceptions of Brand Experience on the Web: Brand Familiarity, Satisfaction and Brand trust". *Journal of Consumer Behaviour*. Vol. 4:6, 2015.
- Kim, A. J., & Ko, E. (2012). *Do Social Media Marketing activities enhance customer equity? An empirical study of luxury fashion brand*. *Journal of Business Research*, 65, 1480–1486.
- Kotler, Philip and Armstrong, G. (2012). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi 13. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Manullang, M. (2016). *Manajemen Pemasaran dalam Kompetisi Global*. Bandung: Indomedia Pustaka.
- Mubdi Mulya, Ratih Hurriyati, Puspo Dewi Dirgantari/2021/Pengaruh *Brand Trust* dan *Celebrity Endorser* terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Jurnal Bisnis & Kewirausahaan* Volume 17 Issue 2, 2021
- Muntinga, D. G., Moorman, M., & Smit, E. G. (2011). *Introducing COBRAs: Exploring motivations for brand-related social media use*. *International Journal of Advertising*, 30(1), 13–46.
- Priansa, D. J. (2017). *Komunikasi Pemasaran Terpadu pada Era Media Sosial*. Bandung: CV. Pustaka Setia.

- Rismawan, I. Made Ari, and Ni Made Purnami. Peran *price discount* memoderasi pengaruh *product knowledge* dan *Celebrity Endorser* terhadap *purchase intention*. Diss. Udayana University, 2017.
- Rizan, Mohammad, Basrah Saidani, and Yusiyan Sari. "Pengaruh *brand image* dan *brand trust* terhadap *brand loyalty* teh botol sosro survei konsumen teh botol sosro di food court itc cempaka mas, jakarta timur." *JRMSI-Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia* 3.1 (2012): 1-17.
- Sudaryono. 2016. *Manajemen Pemasaran Teori & Implentasi*. Yogyakarta : Andi
- Sunyoto, Danang, 2015, *Perilaku Konsumen dan Pemasaran*, PT. Buku Seru, Jakarta.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: PT Alfabet.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: PT. Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: PT. Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: PT. Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Statistika untuk Penelitian*. Bandung: PT Alfabeta.
- Tjiptono, F. 2014. *Pemasaran Jasa: Prinsip Penerapan dan Penelitian*. Yogyakarta: Andi.
- Tsitsi, Sarah. 2013. "The Adoption of Social Media Marketing in South African Banks". *European Journal Bussiness Review*. Vol 25, p. 280-385.