

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku

- Arianto. (2021). *Komunikasi Pemasaran: Konsep dan Aplikasi di Era Digital*. Penerbit: Airlangga University Press. Kotler dan Amstrong. (Ed). (2020). *Bauran Pemasaran*. Edisi 13. Jilid 1. Jakarta: Erlangga
- As'ad, A. (2014). *The Impact of Social Media Marketing on Brand Equity: An Empirical Study on Mobile Service Providers in Jordan*. *Integrative Business & Economics*.
- Darma, Budi (2021). *Statistika Penelitian Menggunakan SPSS (Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Regresi Linier Sederhana, Regresi Linier Berganda, Uji t, Uji F, R<sup>2</sup>)*. Jakarta: Guepedia.
- Fauzi, L. M. & A. (2018). Pengaruh *Social Media Marketing* Terhadap Keputusan Pembelian ( Survei Online pada Mahasiswa Sarjana Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis Angkatan 2014 / 2015 Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya yang Membeli Starbucks. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*.
- Garthwaite, C. L. (2017). *Demand Spillovers, Combative Advertising, and Celebrity Endorsements*. *American Economic Journal*.
- Hartini, Rahayu. (2018). *Hukum Komersial*. Malang: Universitas Muhammadiyah Malang.
- Hery. (2019). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Penerbit: PT Grasindo. Sholikah, dkk. (2021). *Manajemen Pemasaran Saat Ini dan Masa Depan*. Cirebon: Insania.
- Kusumastuti, Adhi, dkk. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: Deepublish.
- Kusuma. (2019). *PENGGUNAAN APLIKASI MEDIA SOSIAL BERBASIS AUDIO VISUAL DALAM MEMBENTUK KONSEP DIRI (Studi Kasus Penggunaan Aplikasi Tik Tok Berdasarkan Jenjang Umur)*. Universitas Tarumanagara.
- Kotler, Philip & Gary Armstrong. (2018), *Marketing Management 14th edition*. New Jersey : Pearson Prentice Hall.
- Kotler, Philip & Gary Armstrong. (2020), *Principle of Marketing. 15th edition*. New Jersey : Pearson Prentice Hall.
- Laksana (2019), *Praktis Memahami Manajemen Pemasaran*, Depok: Khalifah Mediatama
- Novila Mileva, D. (2018). Pengaruh *Social Media Marketing* Dan Persepsi Kualitas Terhadap Niat Beli Surabaya Snowcake (Studi Pada Masyarakat Surabaya Timur). *Jurnal Ilmu Manajemen*.
- Nugraha, Billy. (2022). *Pengembangan Uji Statistik: Implementasi Metode Regresi Linier Berganda dengan Pertimbangan Uji Asumsi Klasik*. Penerbit CV. Radiana Pustaka Group.

- Ohanian, R. (1990). *Construction and validation of a scale to measure celebrity endorsers' perceived expertise, trustworthiness, and attractiveness. Journal of Advertising*
- Prasetio, Adhi. dkk. (2021). *Membangun Situs E-Commerce*. Penerbit: Yayasan Kita Menulis.
- Putri, Debi Eka, dkk (2021). *Brand Marketing*. Bandung: Widina Bhakti Persada Bandung.
- Raharjo, Farco Siswiyanto. (2019). *The Master Book of Personal Branding Seni Membangun Merek Diri dengan Teknik Berbicara*. Yogyakarta: Quadrant.
- Riyanto, Slamet dan Hatmawan, Aglis Andhita. (2020). *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan dan Eksperimen*. Yogyakarta: CV Budi Utama.
- Santoso, Singgih. (2017). *Statistik Multivariat dengan SPSS*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Shimp, T. A. (2017). *Komunikasi Pemasaran Terpadu dalam periklanan dan Promosi*. Salemba Empat.
- Siswosoedio, Hery S. (2008). *Buku Pintar Pengurusan Perizinan & Dokumen*. Jakarta: Visimedia.
- Sudarsono, Heri. (2020). *Buku Ajar: Manajemen Pemasaran*. Tegal: CV. Pustaka Abadi.
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Suprpto, Rifqi dan Azizi, Zaky Wahyuddin. (2020). *Buku Ajar Manajemen Pemasaran*. Kab Ponorogo: Myria Publisher.
- Tjiptono, Fandy., dan Anastasia Diana (2020), *Pemasaran*, Yogyakarta: Andi
- Unardjan, Dominikus Dolet. (2019). *Metode Kuantitatif*. Jakarta: Unika Atma Jaya Jakarta.

### **Jurnal**

- Dinar, N. dan. (2018). *Pengaruh Social Media Marketing Dan Persepsi Kualitas Terhadap Niat Beli Surabaya Snowcake (Studi Pada Masyarakat Surabaya Timur)*. *Jurnal Ilmu Manajemen (JIM)*.
- Inggasari, S. M., & Hartati, R. (2022). *Pengaruh Celebrity Endorser, Brand Image, dan Brand Trust terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlett Whitening*. *Cakrawangsa Bisnis: Jurnal Ilmiah Mahasiswa*.
- Novitasari, N. (2021). *Pengaruh Social Media Marketing, Celebrity Endorser, Harga, Dan Brand Image Terhadap Minat Beli Produk Fashion (Studi Empiris Pada Brand Fashion Erigo) (Doctoral dissertation, Skripsi, Universitas Muhammadiyah Magelang)*.
- Nuraini, A., & Maftukhah, I. (2015). *Pengaruh celebrity endorser dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian melalui citra merek pada kosmetik wardah di kota semarang*. *Management Analysis Journa*.
- Nursiti, N., & Giovenna, A. (2022). *Pengaruh Social Media Marketing, Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Uniqlo*. *Jurnal Industri Kreatif dan Kewirausahaan*.

- Praditasetyo, D., & Saputri, M. E. (2021). Pengaruh *Social Media Marketing* Melalui Aplikasi Tiktok Terhadap Keputusan Pembelian Online Pada Shopee Indonesia. *eProceedings of Management*.
- Putra, P. Y., & Ningrum, S. (2019, February). *The Influence of Celebrity Endorser, Brand Image, and Brand Trust on Consumer Purchasing Decisions of Nike Brand Sport Shoes In Surabaya*. In *Journal of World Conference* .
- Sholawati, R. L., & Tiarawati, M. (2022). Pengaruh *Social Media Marketing* dan *Brand Awareness* terhadap Niat Beli Produk KFC di Surabaya. *Jurnal Ilmu Manajemen*.
- Tungka, D., Lionardo, M. M., Thio, S., & Iskandar, V. (2020). Pengaruh *social media marketing* pada instagram terhadap minat beli Chatime Indonesia. *Jurnal hospitality dan manajemen jasa*.
- Utami, P. P., Wilona, K., & Tabitha, C. (2022). Pengaruh *Social Media Marketing* Terhadap Ekuitas Merek *E-Commerce Sociolla*. *NUSANTARA: Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial*.
- Yusron, S., Rachma, N., & Hufron, M. (2019). Pengaruh *celebrity endorser* terhadap minat beli melalui citra merek sebagai variabel intervening pada pengguna kosmetik pixy di Toko Aster Malang. *E-JRM: Elektronik Jurnal Riset Manajemen*.
- Yustina, T. (2022). *PENGARUH SOSIAL MEDIA MARKETING DAN CELEBRITY ENDORSER TERHADAP MINAT BELI PRODUK SCARLETT WHITENING PADA APLIKASI TIKTOK (Studi Kasus Pada Perempuan Generasi Z di Surabaya)* (Doctoral dissertation, UPN Veteran Jawa Timur).
- Zahra, R., & Rina, N. (2018). Pengaruh *celebrity endorser* Hamidah Rachmayanti terhadap keputusan pembelian produk *online shop mayoufit* di Kota Bandung. *LONTAR: Jurnal Ilmu Komunikasi*.

#### Website

<https://wearesocial.com/>  
<https://www.instagram.com/>  
<https://compas.co.id/>  
<https://brainpersonalities.com/>  
<https://shopee.co.id//scarlettofficialshop>