

DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrahman, Nana Herdiana. 2015. *Manajemen Strategi Pemasaran*. Bandung:CV Pustaka Setia.
- Adisaputro, Gunawan. 2010. *Manajemen Pemasaran: Analisis Untuk Perancang Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Unit Penerbit dan Percetakan Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN.
- Erly Noviana, (2020). Pengaruh *Celebrity Endorse* Terhadap Minat Beli Produk *Skincare* MS GLOW.
- Grenwood, L. (2012). *Fashion Marketing Communication*. Ebook. Somerset, NJ, USA: Wiley
- Hermawan, Agus. 2012. *Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Kotler dan Keller. 2014. *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1. Edisi Ke 13. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip & Kevin Lane Keller, 2016. *Marketing Management*, 15th Edition, Pearson Education, Inc.
- Lau, G. T. and Lee, S.H. 1999. "Consumers" Trust in a Brand and the Link to Brand Loyalty, *Journal of Marketing Focused Management*, 4:341-370
- Ni Luh Julianti, Tahun 2014. *Pengaruh Suasana Toko (Store Atmosphere) Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Toserba Nusa Permai di Kecamatan Nusa Penida*.
- Nurida & Sri Ernawati. 2020. "Pengaruh Iklan, Kepercayaan Merek dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Konsumen Pengguna Handphone Oppo di Kota Bima," *Jurnal Ilmiah Manajemen EMOR*, 1-15.
- Prastayanti. (2017). Pengaruh Daya Tarik Iklan dan *Celebrity Endorse* Terhadap Minat Beli *Cosmetic* Wardah
- Pratiwi. (2016). Pengaruh Penggunaan *Celebrity Endorse* Terhadap Minat Beli Pengguna Media Sosial Instagram
- Putra, Algamar. 2017. "Pengaruh Iklan dan Kepercayaan Merek Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Pada Texas Chicken Pekanbaru)," *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis FISIP Universitas Riau*, 1(2), 1-11.
- Savitri, Nyoman Wisniari. 2017. "Pengaruh *Celebrity Endorser* dan Iklan Melalui Media Televisi Terhadap Minat Beli pada Tokopedia di Denpasar," *E-Jurnal Manajemen Unud*, 4214-4239.

- Shimp, T.A. 2003. (terj.Revyani Sjahrial dan Dyah Anikasari).*Periklanan Promosi Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran*. Edisi 5, Jilid 1.Jakarta: Erlangga.
- Shimp, Terence A. 2014. *Komunikasi Pemasaran Terpadu dalam Periklanan dan Promosi*. Jakarta: Salemba Empat.
- Silaen, Sofar., 2018., *Metodelogi Penelitian Sosial Untuk Penulisan Skripsi dari Tesis*, in Media, Bandung
- Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Penerbit Alfabet
- Wijayanti, dkk. (2013). *Bahasa indonesia bahasa penulisan dan penyajian karya ilmiah*. Depok: PT Rajagrafindo
- Wulandari & Nurcahaya. 2015. "Pengaruh Celebrity Endorser, Brand Image, Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Clear Shampoo di Kota Denpasar," *E-Jurnal Manajemen Unu'd*. 2015, 3909-3935.