

DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, Willy dan Jogiyanto. 2015. *Partial Least Square (PLS) Alternatif Structural Equation Modeling (SEM) dalam Penelitian Bisnis*. Ed.1. Yogyakarta: ANDI
- Adisaputro, G. 2014. *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN
- Alma, Buchory., dan Saladin, Djaslim. 2010. *Manajemen Pemasaran : Ringkasan Praktis, Teori, Aplikasi Dan Tanya Jawab*. Bandung : CV. Linda Karya.
- Alwin, Usman. 2016. *Psikologi Konsumen* .Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Saputro, Arif Agung., Hidayati, Nur., Rizal, Mohammad. 2016. *Pengaruh Celebrity Endorsement, Testimoni, dan Keamanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Online Shop Blibli.com (Studi Kasus Mahasiswa FEB UNISMA Angkatan Tahun 2016)*.
- Ashari, Purbayu Budi Santoso. 2005. *Analisis statistic dengan Microsoft exel dan SPSS*. Yogyakarta.
- Astuti, Sri Rahayu Tri. 2010. *Analisis Pengaruh Iklan, Kepercayaan Merek, dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Konsumen*.Skripsi
- Awalilla, D. L. 2013. *Pengaruh Testimoni dan Selebgram Endorsement Terhadap Minat Pembelian pada Online Shop Melalui Media Sosial Instagram Mahasiswa Fakultas Syariah IAIN Ponorogo*. Skripsi.
- Basu, Swastha, & Irawan, 2001, *Manajemen Pemasaran Modern*, Liberty. Yogyakarta.
- Charles, Joseph, Carl McDaniel, 2001. *Pemasaran* (Jakarta: Salemba Empat), 204.
- Departemen Pendidikan dan Kebudayaan, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka, 1991), 601.
- Dheafina, Merza, Pirmansyah, Vicky, 2021. *Pengaruh Celebrity Endorsement, Brand Image, dan Testimoni Terhadap Minat Beli Produk Mie Instan Leomonilo pada Media Sosial Instagram*. Jurnal Manajemen, Vol. 7, No.1.
- Donni Juni Priansa, 2017. *Perilaku Konsumen dalam Persaingan Bisnis Kontemporer* (Bandung: Alfabeta), 164.
- Durianto, Sugiarto, Widjaja dan Supratikno, 2003. *Inovasi Pasar Dengan Iklan Yang Efektif*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.

- Feni dan Dian. 2016 “Pengaruh Testimoni dalam Periklanan.” *Manajerial*, Vol. 15 No.1.
- Geladi, Paul & Bruce R. Kowalski.1986. *Partial Least Square Regression: ATutorial*. Analytica Chimica Acta. 185:1-17.
- Ghozali, Imam. 2011. “Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS”. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- . 2008. *Structural Equation Modelling*, Edisi II, Universitas Diponegoro, Semarang.
- Jaiz, Muhammad. 2014. *Dasar-Dasar Periklanan*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Kotler, Philip and Gary Amstrong. 2016. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi13. Jilid 1. Jakarta:Erlangga.
- Kotler, Philip and Gary Amstrong. 2012. *Principle of marketing*. New Jersey: Pearson Education, Inc.
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller, 2011. *Manajemen Pemasaran*, Edisi 13 Jilid 1 dan 2, Alih Bahasa : Bob Sabran, Erlangga, Jakarta.
- Lijan, Poltak Sinambela. 2014. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Livya, Setiawan. 2018. “Pengaruh Celebrity Endorsement Terhadap Purchase Intention Dengan Brand Awareness Sebagai Variabel Mediasi Pada Produk Green Tea Esprecielo Allure.” *Jurnal Manajemen Pemasaran*, Vol. 12, No. 1.
- Malhotra, N. K. (2006). *Marketing Research An Applied Orientation*. United State Of America: Prestice Hall.
- Morrison, 2012. *Periklanan: Komunikasi Pemasaran Terpadu*, Jakarta: Kencana, 18-19.
- Ningrum, Mega Siti. Tresnati, Ratih. 2018 “Pengaruh Iklan Testimoni terhadap Keputusan Pembelian.” *Jurnal Prosiding Manajemen*. Vol. 4. No. 1,
- Nuraini, Eka, Haryanto, Joni. 2010. *Journal of Bussiness Strategy and execution 2 (2)*
- Partao, Zainal Abidin, 2015. *Testimonial: Ketika pelanggan Anda Jadi Ujung Tombak Tenaga Marketing & Penjualan yang Paling Militan*.
- Prastyanti, Gita, 2017. “Pengaruh Penggunaan Celebgram (Celebrity Endorser Instagram) Terhadap Niat Beli Konsumen Secara Online Pada Media Sosial Instagram.” Bandar Lampung: Universitas

Lampung.

- Rachmat, Ariyanti, dan Zuliestiana. 2016. *Pengaruh Celebrity Endorser di Media Sosial Instagram dalam Promosi Produk Hijab terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Kasus pada Akun Instagram @zahratuljannah dan @joyagh)*. *e-Proceeding of Management* : Vol.3, No.3. Universitas Telkom.
- Rahima, P. 2018. *Pengaruh celebrity endorser di media sosial Instagram dalam promosi produk hijab terhadap minat beli konsumen (Studi kasus pada akun instagram @wiriamaeazzahra)*. *Manajemen, Akuntansi Dan Perbankan*.
- Rama Kertamukti. 2015. *Strategi Kreatif dalam Periklanan*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Rini, Endang Sulistya., dan Astuti, Dina Widya. 2012. *Pengaruh Agnes Monica Sebagai Celebrity Endorser Terhadap Pembentukan Brand Image Honda Vario*, *Bisma Jurnal Bisnis dan Manajemen*, Vol. 6, No. 1, pp.1-12.
- Rostianto, M. M. E.-M. &, Ramdan, A. M. & Mulia, F. 2019. Daya Tarik Testimonial di Sosial media dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian. *Journal of Economic, Business and Accounting*, 3(1).
- Setiawati, Sabrina. 2015. *Pengaruh Testimonial Produk Pakaian Terhadap Tindakan Membeli Secara Online Survei Mengenai Pelanggan Online Shopping di Lingkungan Mahasiswi Ilmu Komunikasi Universitas Sultan Ageng Tirtayasa Angkatan 2011-2013*. Skripsi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik. Serang: Universitas Sultan Ageng Tirtayasa.
- Sekaran, Uma. 2013. *Research Methods for Business*. Jakarta: Salemba Empat.
- Siregar, Syofian. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Kencana.
- Shimp, A. Terence. 2011. *Komunikasi Pemasaran Terpadu Dalam Periklanan dan Promosi*, Salemba Empat.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta, CV.
- . 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- . 2014. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.,
- Supriyono, 2010. *Kepercayaan dan Minat Beli di Sub Forum Jual Beli*, *Journal Riset Ekonomi & Bisnis Vol.10, No.2*, Surabaya, 77.

- Tjiptono, Fandy. 2011. *Strategi Pemasaran*. Edisi 3. Yogyakarta : ANDI.
- Widi Handoko, "Pengertian Endorse Artis" diakses pada tanggal 12 April 2021.
<https://www.kompasiana.com/retina/586e4b380123bd030a1369f4/pengertian-endorse-artis>
- Wijaya, F. A., & Sugiharto, S. 2015. Pengaruh *Celebrity Endorsement* Terhadap Purchase Intention dengan Brand Image Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Iklan Produk Perawatan Kecantikan Ponds). *Jurnal Manajemen Pemasaran* 9.1.16-12.
- Waqhidah, Finki Zumrotul. 2019. *Pengaruh Testimoni Pembeli dan Kualitas Barang terhadap Minat Pembelian pada Online Shop melalui Market Place Shopee Mahasiswa Fakultas Syariah IAIN Ponorogo*. Skripsi. Jurusan Hukum Ekonomi Syariah Fakultas Syariah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Ponorogo.