

DAFTAR PUSTAKA

- A Shimp, T. (2010). *Advertising, Promotion & Other Aspects of Integrated*. United States: Cengage Learning.
- Agus, H. (2012). *Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Agustina, S. (2011). *Manajemen Pemasaran*. Malang: Universitas Brawijaya Press.
- Arfan, & Nur, N. (2019). *Pengaruh Digital Marketing Terhadap Pendapatan Pelaku Usaha Mikro kecil dan Menengah di Kota Makassar*. Makassar: Perpustakaan Universitas Muhammadiyah Makasar.
- Arikunto, S. (2016). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Assauri, S. (2018). *Manajemen Pemasaran (Dasar, Konsep & Strategi)*. Depok: PT Raja Grafindo Persada.
- Baskoro, & Dinno. (2022, 04 24). Merawat Kesehatan Kulit di Iklim Tropis, Jangan Lupa Pakai Pelembap.
- Basu, S., & Irawan. (2008). *Manajemen pemasaran modern*. Yogyakarta: Liberty.
- Buana, & Asyib, P. (2022). *Pengaruh Viral Marketing, Celebrity Endorsment, Brand Image Terhadap Minat Beli Produk Brand Scarlett*. Yogyakarta: Perpustakaan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Yayasan Keluarga Pahlawan Negara.
- Buchari, A. (2017). *Kewirausahaan*. Bandung: Alfabeta.
- Chaffey, D. (2017). *Digital Marketing Excellence Planning, Optimizing and Integrating Online Marketing Fifth Edition*. New York: Routledge.
- Chaffey, D. (2022). *Digital Marketing: Strategy, Implementation and Practice Explains A Process To Achieve Success and Overcome External Pressures By Focusing On The 18 Most Important Digital Marketing Techniques*. www.smartinsights.com.
- Diva, A., Novita, E., & Maretha, B. (2022). *Pengaruh Literasi Terhadap Perilaku Belanja Online Pada Gen-Z*. Madiun: Perpustakaan Universitas PGRI Madiun.

- Dominic, D. (2020). *Pengaruh Iklan Online, Celebrity Endorser dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian*. Yogyakarta: Perpustakaan Universitas Sanata Dharma.
- Dr. Rullie, N., Aditya, W., Tri, I., Meyda, N., Nur, H., Miftahussururi, et al. (2017). *Gerakan Literasi Nasional*. Jakarta: Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan.
- Duwi, P. (2013). *Analisis Korelasi, Regresi, dan Multivariate Dengan SPSS*. Yogyakarta: Gava Media.
- Fadhilah, S. (2019). *Pengaruh Literasi Ekonomi dan Literasi Digital Terhadap Perilaku Berwirausaha Sektor Kuliner yang Terdaftar pada Aplikasi Go Food di Pasar Segar Kota Makasar*. Makasar: E Prints Repository Software Universitas Negeri Makasar.
- Fandy, T. (2015). *Strategi Pemasaran, Edisi 4*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Fawad, K., & Prof.Dr. Kamran, S. (2013). The Importance Of Digital Marketing. An Exploratory Study To Find The Perception And Effectiveness Of Digital Marketing Amongst The Marketing Professionals In Pakistan. *Journal of Information Systems and Operations Management*.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23 (Edisi 8) Cetakan ke VIII*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gitosudarmo, I. (2016). *Manajemen Pemasaran edisi kedua, cetakan keenam*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Hafizh, F., & Derista, A. (2020). Pengaruh Digital Marketing Pada Peningkatan Brand Awareness Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Cokelat Monggo di Yogyakarta. *Jurnal Inovasi Bisnis dan Manajemen Indonesia*, Volume 03.
- Hardianawati. (2022). *Marketing Strategy Through Celebrity Endorsments and Influencer Marketing*. Jurnal Multidisiplin Madani (MUDIMA).
- Ika, P. (2018). *Pengaruh Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Brand Image*. Semarang: Perpustakaan Universitas Negeri Semarang.
- Ikrima, R. A. (2021). *Pengaruh Celebrity's Endorsment, Electronic Word Of Mouth dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Produk Qonita Gholib By Qonita Boutique Jakarta)*. Purwokerto: Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri Purwokerto.

- Julyanti, S. (2019). *Analisis Penggunaan Promosi Endorsment Terhadap Minat Beli Konsumen*. Medan: Perpustakaan Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Medan.
- Kotler, P., & Amstrong. (2017). *Pemasaran, Edisi pertama*. Jakarta: Salemba Empat.
- Kotler, & Keller. (2014). *Manajemen Pemasaran Jilid I. Edisi Ke 13*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P. (1990). *Analisis, Perencanaan dan Pengendalian Edisi Kelima alih bahasa oleh Jaka Wasana*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P. (2012). *Manajemen Pemasaran Edisi 13 Bahasa Indonesia Jilid 1 dan 3*. Jakarta: Rajawali.
- Kotler, P., & Gary, A. (2016). *Dasar-dasar Pemasaran Jilid 1, Edisi Kesembilan*. Jakarta: Erlangga.
- Lamb, H., & Mcdaniel. (2012). *Pemasaran, Edisi Pertama*. Jakarta: Salemba Empat.
- Lucas, D. B., & Britt, S. H. (2012). *Measuring Advertising Effectiveness* . New York: Mc Graw Hill.
- Malik, R. (2017). *Impact of Digital Marketing on Youth Buying Behaviour at Big Bazaar in Udupi International Journal for Innovative Research in Science & Technology (IJIRST), Vol, 3, Issue, 08*.
- Margono. (2004). *Metodologi Penelitian Pendidikan*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Muhammad, Z. (2020). *Analisis Pengaruh Daya Tarik Iklan dan Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Online Shop di Kalangan Mahasiswa Universitas Islam Lamongan* . Lamongan: Perpustakaan Universitas Islam Lamongan.
- Munandar, C. (2016). Pengaruh Harga, Celebrity Endorser, Kepercayaan, dan Psikologi Terhadap Keputusan Pembelian Online Shop Di Media Sosial Instagram. *JURNAL VISIONER & STRATEGIS*, Volume 5, Nomor 2, p. 1-8.
- Nasdini, Y. (2012). Digital Marketing Strategies that Millennials Find Appealing, Motivating, or Just Annoying. *Journal of Strategic Marketing*. Vol. 19, No.6, pp.
- Nur, A., & Jumino. (2016). Analisis Penerimaan Teknologi SMS Gateway Bagi Mahasiswa di Perpustakaan Universitas Muhammadiyah Surakarta

- Menggunakan Technology Acceptance Model (TAM). *Jurnal Ilmu Perpustakaan*, vol. 5, no. 4, pp. 251-260.
- Payton, S., & Hague, C. (2010). *Digital Literacy Professional Development Resource*. Bristol: Futurelab.
- Percy, L., & Rosenbaum-Elliott, R. (2016). *Strategic Advertising Management Fifth Edition*. London: Oxford University Press.
- Pool, C. R. (1997). *A New Digital Literacy: A Conversation With Paul Gilster*. North Carolina: Association for Supervision and Curriculum Development.
- Prisma, M. P. (2022). Pengaruh Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Online. *Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah*, Vol 5 No 1.
- Putri, E. (2019). *Pengaruh Celebrity Endorser Terhadap Minat Beli pengguna Sosial Media Instagram Pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Makassar*. Makassar: Perpustakaan Universitas Muhammadiyah Makassar.
- R.A.Supiyono. (1990). *Manajemen Strategi dan Kebijakan Bisnis Edisi Pertama*. Yogyakarta: BPFE.
- Riduwan, & Sunarto. (2017). *Pengantar Statistika Untuk Penelitian Pendidikan, Sosial, Komunikasi, Ekonomi*. Bandung: Alfabeta.
- Rossiter, J. R., & Larry, P. (1987). *Advertising and Promotion Management*. New York: McGraw-Hill International Book Co.
- Sindy, T. (2019). *Pengaruh Celebrity Endorsment Pada Media Sosial Instagram Dalam Promosi Produk Hijab Terhadap Minat Beli Konsumen*. Banda Aceh: Perpustakaan Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh.
- Siregar, S. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: PT Fajar Interpratama Mandiri.
- Sugiono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.CV.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta, CV.
- Suliyanto. (2018). *Metode Penelitian Bisnis untuk Skripsi, Tesis, & Disertasi*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Sunyoto, D. (2015). *Penelitian Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Buku Seru.

- Syifa, M. K., & Anwar, M. (2022). Pengaruh Digital Marketing dan Celebrity Endorsment Terhadap Keputusan Pembelian Produk Erigo di Kota Cirebon. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 501-502.
- Tsitsi, E. a. (2013). *The Adoption of Social Media Marketing in South Africans Banks*. *European Business Review*, 25:4, 366.
- Weinberger, & Pier, C. (2008). Digital Literacy: Tools and Methodologies for Information Society. In *joined, Small pieces looseley* (pp. 1-25). Italy: Universitas Cattolica del Sacro Cuore.
- Yoestini, & Eva, S. (2007). Analisis Pengaruh Kualitas Layanan dan Citra Merek Terhadap Minat Beli dan dampaknya Pada Keputusan Pembelian. *Jurnal sains Pemasaran Indonesia*, No.3. Vol. VI. Hal. 261-276.
- Yoga, P. L. (2019). *Pengaruh Celebrity Endroser, Atribut Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Tokopedia*. Bekasi: Perpustakaan Universitas Pelita Bangsa.
- Zainuddin, M., Novi, K., Yudha, W., Yolanda, P. D., Ade, I., Citra, R., et al. (2021). *Modul Literasi Digital-Cakap Bermedia Digital*. Jakarta: Direktorat Jenderal Aplikasi Informatika Jl. Medan Merdeka Barat No. 9, Jakarta 10110 (021) 3452841 humas@mail.kominfo.go.id.