

DAFTAR PUSTAKA

- Algifari , (2017).”Analisis Regresi teori, kasus, dan solusi”. BPFE. Yogyakarta
- Alma. (2018), *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Armstrong, Philip Kotler dan Garry. (2010). *Prinsip-Prinsip Pemasaran, Jilid 1 dan 2 Edisi Kedua Belas*. Jakarta : Erlangga
- Arikunto, Suharsimi, (2015), *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktis*, Edisi Revisi, Cetakan Kedua, Jakarta: Rineka Cipta
- Assauri, S. (2014). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajawali Pers
- F. 2016. *Brand Management & Strategy*. Yogyakarta: Andi.
- Ghozali, Imam. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program Ibm Spss 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- Handoko, M. R. (2021). *Pengaruh Iklan Di Media Sosial Instagram Terhadap Minat Beli Masyarakat Pada E-Commerce*. Manado.
- Herawati , H. (2019). *Pengaruh Penggunaan Selebgram (Celebrity Endorser Instagram)*. Jakarta.
- Indriyani, R. (2020). *Pengaruh Media Sosial Terhadap Minat Beli Melalui Motivasi Konsumen Pada Produk Fast Fashion*. Surabaya.
- Kolter., Dan Armstrong. 2015. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Ke 12, Jilid 1.
- Kotler, P. & Armstrong, G. 2015. *Prinsip–Prinsip Manajemen*. Edisi 14. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P. And Keller, K. L. (2016) *Marketing Management*. 15th Edn. Pearsoneducation. Kolter, Philip And Kevin Lane Keller. 2016, *Marketing Management*, 15thedition, Pearson Education,Inc.
- Kotler, P. Dan Keller, K.L. 2016. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Gelora Aksarapratama. Kotler, P. & Keller, K. L. (2016). *Marketing Manajemen Edisi 15* global Editionengland: Pearson Education Limited.
- Leonardo, M. M. (2019). *Pengaruh Social Media Marketing Pada Instagram Terhadap Minat Beli Chatime Indonesia*. Surabaya : 2020.

- Lestari, D. E. (2021). *Pengaruh E-Wom Pada Media Sosial Tiktok Terhadap Brand Image*.
- Merza, V. Z. (2021). *Pengaruh Celebrity Endorsement, Brand Image, Dan Testimoni Terhadap Minat Beli Konsumen Produk Mie Instan Lemonilo Pada Media Sosial Instagram*. Lampung.
- Purbohastuti, A. W. (2019). *Meningkatkan Minat Beli Produk Shopee Melalui Celebrity Endorser*. Surabaya.
- Putri, L. S. (2020). *Pengaruh Penggunaan Selebgram (Celebrity Endorser*
- Sinaga, A. B. (2022). *Pengaruh Electronic Word Of Mouth Dan Media Sosial Terhadap Minat Beli Pada Produk Fashion Eiger*. Jakarta: Sinaga.
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, F. Dan Chandra, G. 2016. *Pemasaran Jasa (Prinsip, Penerapan Danpenelitian)*. Yogyakarta: Andi
- Tjiptono. F. 2016. *Brand Management & Strategy*. Yogyakarta: Andi.Tjiptono.