

DAFTAR PUSTAKA

- Azizah, & Sukati, I. (2023). Pengaruh Daya Tarik Iklan, Kualitas Produk dan Kepercayaan Konsumen terhadap Minat Beli di E-Commerce Shopee. *Jurnal Disrupsi Bisnis*, 6(5), 522. <https://doi.org/10.32493/drb.v6i5.30468>
- Belch, G. E. and B. M. A. (2009). *Advertising and Promotion: An Integrated Marketing Communications Perspective* (edisi ke 8).
- Damayanti, R., Husen, Z., & Sabillah, Z. (2021). PENGARUH CELEBRITY ENDORSER TERHADAP MINAT BELI DENGAN ELECTRONIC WORD OF MOUTH SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA PRODUK SKINCARE EMINA Jurnal Mitra Manajemen (JMM Online). *Jurnal Mitra Manajemen Online*, 5(6), 390–398.
- Efendi, J., & Kusnawan, A. (2022). *Pengaruh Daya Tarik Iklan Dan Kredibilitas Endorser Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Kasus Konsumen Brand X.Eight Pada Mahasiswa Universitas Buddhi Dharma Program Studi Manajemen)* (Vol. 1, Issue 2).
- Ekowati, S. (2020). *PENGARUH DAYA TARIK IKLAN TERHADAP MINAT BELI (Survey Pada Followers @Seiko Watches Indonesia)*.
- Hartimbul Ginting. (2011). *Manajemen Pemasaran*. CV.Yrama Widya.
- Hasibuan, M. S. P. (2011). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. PT Bumi Askara.
- Hasson. (2008). Neurocinematics: The Neuroscience of Film. *Berghahnjournals*, Volume 2(Issue 1).
- Jusuf, D. I. (2018). *Perilaku Konsumen di Masa Bisnis Online*. Andi Offset.
- Kalele, B., Oroh, S. G., & Sumarauw, J. (2015). Pengaruh Word Of Mouth, Daya Tarik Iklan, Persepsi Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Motor Suzuki Satria Fu Pada Pt. Sinar Galesong Mandiri Effect Of Word Of Mouth, Attraction Ads, Price Of Perception And Product Quality To Buying Interest

- Motorcycle Satria Fu On Pt. Sinar Galesong Mandiri. *Jurnal EMBA*, Vlo.3 No.3.
- Kotler. (2002). *Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, Implementasi, dan Kontrol*. PT. Prenhalindo.
- Kotler, & Armstrong. (2008). *Prinsip - Prinsip Pemasaran* (12th ed). Erlangga.
- Kotler dan Armstrong. (2008). *Prinsip Prinsip Pemasaran* (12th ed.). Erlangga .
- Kotler Keller. (2021). *Intisari Manajemen Pemasaran: Vol. Edisi Keenam* (Edisi Keenam). ANDI.
- Kotler, P., & Keller, L. K. (2016). *Manajemen Pemasaran* (Edisi 15). Pearson Education.
- Kussudyarsana. (2004). *Consumer Behavior and Marketing Action* (Edisi ke 6). South-Western College Publishing.
- Lidyawatie. (2008). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Alfabeta.
- Lupiyoadi. (2013). *Manajemen Pemasaran Jasa* . Salemba Empat.
- Milatina, M., & Ria Atmaja, D. (2023). Pengaruh Kredibilitas Celebrity Endorser Terhadap Minat Beli. *Jurnal Akuntansi Dan Manajemen Esa Unggul (JAME)*.
- Nugroho. (2005). *Strategi Jitu Memilih Metode Stastistic Penelitian dengan SPSS*. Anak Hebat Indonesia.
- Paramita Sari, D., Kasno, & Irdiana, S. (2020). Minat Beli Konsumen “Shopee” Ditinjau Dari Iklan dan Gaya Hidup Masyarakat Kabupaten Lumajang. *Journal of Organization and Business Management*, 2.
- Pohan, M. M., & Sukmal, J. (2020). Pengaruh Daya Tarik Iklan Terhadap Minat Beli (Studi Pada Smartphone Merk Oppo). In *Jurnal Ilmu Manajemen* (Vol. 02, Issue 01).
- Riyanto, M. (2008). *Analisis Faktor yang mempengaruhi Efektifitas Iklan Dan Implikasinya Terhadap Sikap Merek*. Universitas Diponegoro.

- Royan, F. M. ., (2005). *Marketing Selebritis*. PT. Elex Media Komputindo.
- Schiffman, & Kanuk. (2007). *Consumer Behavior* (9th ed). NJ: Pearson Prentice Hall.
- Sefudin, A. (2014). Redefinisi bauran pemasaran (marketing mix) “4P” ke “4C” (Studi Kasus pada Universitas Indraprasta PGRI). *Journal of Applied Business and Economics*, 1(1), 17–23.
- Shimp, A. T. (2018). *Komunikasi Pemasaran Terpadu dalam Periklanan dan Promosi*. Salemba Empat.
- Sugiyono. (2009). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Sumarwan, U. (2019). *Pemasaran Strategik: Perspektif Perilaku Konsumen Dan Marketing Plan*. PT Penerbit IPB Press.
- Tjiptono, F. (2012). *Strategi Pemasaran* (Edisi Kedua). Andy.
- Wayan, I., Yudha, A., Made, I., Arsha, R. M., Studi, P., Fakultas, M., Bisnis, E., & Pariwisata, D. (2024). Pengaruh Kredibilitas Endorser dan Daya Tarik Iklan terhadap Minat Beli Konsumen. *Jurnal Manajemen, Kewirausahaan Dan Pariwisata*, 4 (No.1)(1), 85–94.