

DAFTAR PUSTAKA

- Bhara, A. M. (2019). Pengaruh Iklan “Shopee Blackpink Sebagai Brand Ambassador” Terhadap Minat Belanja Online Mahasiswa. *JISIP: Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*, 8(4), 288-296.
- Ghozali, I. (2014). *Structural Equation Modeling, Metode Alternatif Dengan Partial Least Square (PLS)*, Dilengkapi Software Smartpls 3.0, Xlstat 2014, dan WarpPLS 4.0 Edisi 4. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gomez, J. D. (2021). *Strategic Advertising Mechanisms*. Chicago: Intellect.
- Hafisa, D. Y. (2018). Pengaruh Celebrity Endorser Terhadap Minat Beli Produk Kosmetik Halal “Wardah “(Studi Pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia).
- Herdaningtyas, G., & Iriani, F. (2017, June). Pengaruh Iklan dan Penggunaan Selebritas dalam Iklan terhadap Minat Beli Produk Melalui Kesadaran Merek sebagai Variabel Intervening. In *Seminar Ekonomi dan Bisnis (SNEBIS)* (Vol. 1, No. 1).
- Husein, A., Zulkarnain, Z., & Taufiqurrahman, T. (2017). *Analisis Pengaruh Iklan Dan Celebrity Endorser Terhadap Citra Merek Dalam Meningkatkan Minat Beli Shampoo Pentene Pada Masyarakat Kota Pekanbaru* (Doctoral dissertation, Riau University).
- Kotler, P., Kartawijaya, H., & Setiawan, I. (2019). *Marketing 4.0 Bergerak dari Tradisional ke Digital*. PT Gramedia Pustaka Utama.
- Kotler, P., & Kevin, K. L. (2014). *Manajemen Pemasaran, Edisi Ketiga Belas Jilid 1*. Penerbit Erlangga.
- Muhfyani, E. Z. (2021). *Pengaruh Iklan Televisi, Celebrity Endorser Dan Promosi Diskon Terhadap Minat Beli Konsumen Di E-Commerce Shopee (Studi Pada Remaja di Kel. Kayumanis Jakarta Timur)* (Doctoral dissertation, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Jakarta).
- Nursyecha, N., Sapari, Y., & Risnawati, R. (2021). Pengaruh iklan Shopee di televisi dalam pembentukan brand awareness platform aplikasi Shopee terhadap minat beli konsumen. *Jurnal Signal*, 9(1), 01-13.

- Prasetio, A., & Situmeang, R. R. (2021). Influence Advertisement, Consumer Trust, Consumer Motivation Against Consumer Buying Interest at PT Darul Umroh Haramain Medan. *Jurnal Mantik*, 5(1), 383-386.
- Qonita, A., & UST, A. F. E. (2018). Analisis Pengaruh Iklan, Celebrity Endorser, Dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Wardah Kosmetik (Survei Pada Calon Konsumen Wardah Kosmetik Komplek Pondok Pesantren Mulungan Wetan, Mlati, Sleman, DIY). *Jurnal Ekobis Dewantara*, 1(8).
- Santoso, D. H. (2020). *Pengaruh Celebrity Endorser Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Oppo Dengan Kepercayaan Konsumen Sebagai Variabel Intervening* (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Malang).
- Savitri, N. W. (2017). *Pengaruh celebrity endorser dan iklan melalui media televisi terhadap minat beli pada Tokopedia di Denpasar* (Doctoral dissertation, Udayana University).
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Susanti, R., & Wardiningsih, S. S. (2014). Peran Celebrity Endorser Dalam Memperkuat Pengaruh Perceived Value Terhadap Purchase Intention. *Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan*, 14(1).
- Usman, O., & Dyanti, N. S. (2019). Effect of Advertising, Word of Mouth, Website Quality, and Risk Perception on Buying Interest. *Word of Mouth, Website Quality, and Risk Perception on Buying Interest (December 28, 2019)*.
- Utama, A. (2020). The Influence of Advertising and Personal Selling on Buying Interest. *Almana: Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 4(2), 266-271.
- Widodo, A., Yusiana, R. (2021): *Metodologi Penelitian – Penentuan Metode Dengan Pendekatan Partial Least Square – Structural Equation Modeling (PLS-SEM)*. Bandung:Refika.
- Yuliyzar, I. (2019). The Increasing Consumer Interest in Buying Through Electronic and Endorsement Advertising Media in Tangerang City Sport Mall Shop.

Yuniyanto, H. R., & Sirine, H. (2018). Pengaruh Iklan terhadap Minat Beli Pengguna Youtube dengan Brand Recognition sebagai Variabel Intervening. *Esensi: Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 8(1), 21-28.