

DAFTAR PUSTAKA

- anotherorion. (2016, September 28). *Perkembangan Online Shop dan Belanja Online di Indonesia*. Diambil kembali dari <https://anotherorion.com/perkembangan-online-shop-dan-belanja-online-indonesia/>
- Apejoye, A. (2013). Influence of Celebrity Endorsement of Advertisement on Students' Purchase Intention. *Journal of Mass Communication and Journalism*.
- Fure, H. (2013). Lokasi, Keberagaman Produk, Harga, dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya terhadap MInat Beli pada Pasar Tradisional Bersehati Calaca. *Jurnal EMBA Vol. 1 No. 3*, 273-283.
- Jayani, D. H. (2019, Oktober 22). *10 E-commerce dengan Pengunjung Terbesar Kuartal III-2019*. Diambil kembali dari 10 E-commerce dengan Pengunjung Terbesar Kuartal III-2019: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/10/22/inilah-10-e-commerce-dengan-pengunjung-terbesar>
- Karja. (2019, November 6). *Tokopedia Jadi E-commerce Nomor 1 di Indonesia Pada Q3 2019*. Diambil kembali dari <https://kumparan.com/karjaid/tokopedia-jadi-e-commerce-nomor-1-di-indonesia-pada-q3-2019-1sCPjK40uRz>
- Kotler , & Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Loekamto, A. (2012). *Kajian Ilmiah Mahasiswa Manajemen* . Diambil kembali dari Jurnal Wima : <http://journal.wima.ac.id/index.php/KAMMA/article/view/341>
- Miranda, S. (2017, Februari). Pengaruh Instagram sebagai Media Online Shopping Fashion terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Riau. *JOM FISIP Vol. 4 No. 1*, 6-8.
- Murti, B. N., & Sugiarto, Y. (2014). Analisis Pengaruh Iklan dan Celebrity Endorser terhadap Citra Merek dalam Meningkatkan Minat Beli pada Produk Sepatu Olah Raga Adidas. *Diponegoro Journal of Management Vol. 3, No. 3*.
- Peyrot, Mark, & Doren, D. V. (1994). Effect of Class Acrion Suit on Consumer Repurchase Intentions. *The Journal of Consumer Affairs Vol. 8 No. 2*.
- Rachmat, K. (2008). *Teknis Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.

- Savitri, N. W. (2017). Pengaruh Celebrity Endorser dan Iklan Melalui Media Televisi terhadap Minat Beli pada Tokopedia di Denpasar. *E-Jurnal Manajemen Unud, Vol. 6, No. 8*, 4214-4232.
- Stephanie, E. (2013). Jurnal Strategi Pemasaran. *Analisa Pengaruh Rio Dewanto dan Donita sebagai Celebrity Endorser terhadap Minat Beli Produk AXE Anarchy dengan Daya Tarik Iklan dan Efek Iklan sebagai Variabel Intervening*. Diambil kembali dari Publication Petra.
- Swastha, Basu, & Irawan. (2011). *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty.
- Terrence, S. A. (2003). *Periklanan dan Promosi: Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Widodo, D. S. (2018). *Pengaruh Endorser Selebriti terhadap Minat Beli Secara Daring pada Situs Shopee*. Surakarta.