

## DAFTAR PUSTAKA

- Alalwan. (2018). Investigating the impact of social media advertising features on customer purchase intention. *International Journal of Information Management*. Volume 42, October 2018.
- Amongpraja, A.K., Ruswanti, E. & Hapsari, N. P. (2016). The Six Dimentions Service Of Quality On Loyalty Mediated Student Satisfaction Batavia University. *Journal Of Applied Business & Economic Reasearch*, 8753- 8766.
- Arista, E. D., dan Astuti, S. R. (2014). Analisis Pengaruh Iklan, Kepercayaan Merek, dan Citra Merek terhadap Niat beli Konsumen. *Aset*, 13(1), 37–45
- Asriani, W., & Ruswanti,. E. (2015). Pengaruh Celebrity Endorser dalam Iklan Freshcare Aromatherapy Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*.
- Chu *et. al.* (2013). Viral advertising in social media. *Journal of Interactive Advertising*, 12(1), 30–43
- Farela. dan Darma. (2014). *Celebrity Endorser*, Daya Tarik Iklan, *Brand Awareness* dan *Brand Attitude*. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*. Volume 11, No. 1, Pebruari 2014, 1829-8486
- Gunawan, F. A., dan Dharmayanti, D. (2014). Analisis Pengaruh Iklan Televisi Dan Endorser Terhadap Purchase Intention Pond’s Men Dengan Brand Awarness Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*, 2(1), 1– 14.
- Jatmiko, M. R. (2013). Pengaruh Kredibilitas Celebrity Endorser Terhadap Niat beli Konsumen. *Jurnal Ilmu Manajemen Dan Akuntansi Terapan (JIMAT)*, 4(1), 90–98.
- Jurnia dan Rosyad (2014). Pengaruh Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Cherie Melalui Niat beli . *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 14(2), 1–7
- Joel, G., Massie, J. D. D., dan Sepang, J. L. (2014). Pengaruh Motivasi, Persepsi Harga, dan Kualitas Produk Terhadap Niat beli Konsumen Sepeda Motor Matic Merek Yamaha Mio Di Kota Manado. *Jurnal Ekonomi dan Pembangunan (EMBA)*, 2(3), 1463-1472.
- Kalele Biliclinton, dkk. (2015). Pengaruh Word Of Mouth, Daya Tarik Iklan, Persepsi Harga dam Kualitas Produk Terhadap Niat beli Motor Suzuki Satria FU Pada PT. Sinar Galesong Mandiri. *Jurnal EMBA*, Vol.3 No.3, September, 2015.
- Kim, A.J. and Ko, E. (2015). The impact of design characteristics on brand attitude and purchase intention: focus on luxury fashion brands. *Journal of the Korean Society of Clothing and Textiles*, 34(2), 252-265.

- Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane. (2013), *Manajemen Pemasaran*, Edisi 12, Jakarta: PT. Indeks Kelompok Gramedia
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller. (2016). *Marketing Management*, 15th Edition, Pearson Education, Inc.
- Lestari, A. I. & Ruswanti, E. (2015). Pengaruh Celebrity Endorser, Kualitas Produk Dan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Bedak Pixy. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 2, 393-406.
- Nurani, E. S., dan Haryanto, J. O. (2014). Pengaruh Celebrity Endorser, Brand Association, Brand Personality dan Product Characteristics Dalam Menciptakan Intensi Pembelian (Studi pada Iklan Kuku Bima Ener-G Rosa versi Chris John). *Journal of Business Strategy and Execution*, 2(2), 104– 125.
- Prabowo, Y. W., Suharyono, dan Sunarti. (2014). Pengaruh Celebrity Endorser Terhadap Niat beli (Survei pada Pengunjung 3Second Store di Jalan Soekarno Hatta Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 14(2), 1–7
- Ruswanti, E. (2015). *Panduan Penulisan Laporan Ilmiah Atensi, Kredibilitas Perusahaan, Iklan, Dua Sisi Terhadap Niat Beli Jasa Penerbangan Elang Air*. ISBN : 978-97-29-5420-3. Yogyakarta: Cv Andi.
- Ruswanti, E., Hapsari, N. P., Januarko, M. U., & Kusumawati, M. D. (2019). Analysis Advertising, Sales Promotion, Personal Selling and Direct Selling on Purchase Intention Vegetables in Retail West Jakarta. *International Conference of Organizational Innovation (ICOI) Advance in Economics, Business and Management Research*, 100, 657–662.
- Semuel, H., dan Lianto, A. S. (2014). Analisis eWOM, Brand Image, Brand Trust, dan Niat beli Produk Smartphone Di Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 8(2), 47–54.
- Shareef *et. al.* (2017). Social media marketing: Comparative effect of advertisement sources. *Journal of Retailing and Consumer Services*. Volume 46, January 2019.
- Stephanie, E., Rumambi, L. J., dan Sondang, Y. (2013). Analisa Pengaruh Rio Dewanto dan Donita Sebagai Celebrity Endorser Terhadap Niat beli Produk Axe Anarchy Dengan Daya Tarik Iklan dan Efek Iklan Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 1(2), 1–9.
- Uvista, Mega. (2013). Pengaruh Iklan Terhadap Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Cream Wajah Pond's Pada Mahasiswa Sekola Tinggi Ilmu Ekonomi Yayasan Pendidikan Pasaman (STIE YAPPAS) *e-Jurnal Apresiasi Ekonomi* 1(1), 53–63.

