

DAFTAR PUSTAKA

- Abdiannur, A., & Sukimin, S. (2019). Celebrity Endorser (Bintang Iklan) sebagai Komunikasi Pemasaran terhadap Keputusan Membeli Oli Fastron di Kota Balikpapan. *Jurnal GeoEkonomi*, 10(1), 15-28.
- Andiyaksa, M., & Khasanah, I. (2017). Pengaruh Pesan Iklan, Kreativitas Iklan, Kreadibilias Celebrity Endoser Dan Media Komunikasi Terhadap Efektivitas Iklan Dalam Menumbuhkan Brand Awareness Produk Sampo Lifebuoy. *Diponegoro Journal of Management*, 6(2), 134-144.
- Astuti, Y. T. S. (2019, September). Pengaruh Strategi Periklanan Dan Sales Promotion Terhadap Keputusan Pembelian Produk Smartphone Oppo Dengan Brand Image Sebagai Variabel Moderasi. In SIMBA: Seminar Inovasi Manajemen, Bisnis, dan Akuntansi (Vol. 1).
- Faizan, A. (2014). Pengaruh Kreativitas Iklan dan Endorser terhadap Proses Keputusan Pembelian Konsumen Mie Sedaap. *Management analysis journal*, 3(2).
- Fajriani, H., Suharyono, S., & Bafadhal, A. S. (2018). Pengaruh Daya Tarik Iklan Rasional Dan Daya Tarik Iklan Emosional Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Online Pada Konsumen Wanita Muslim yang Membeli Produk Sunsilk Hijab di Kota Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 61(3), 163-171.
- Fitri, I. A. (2019). Pengaruh Kredibilitas Selebriti endoser Dan Kredibilitas Merek Terhadap Ekuitas Merek Pada Produk Kosmetik Lipstik Wardah Di Bandar Lampung.
- Hamidah, N. (2017). Pengaruh Daya Tarik Iklan, Kreativitas Iklan, Dan Kreadibilitas Endoser Terhadap Keputusan Pembelian Pasta Gigi Pepsodent (Studi Pada Konsumen Di Kecamatan Gurah). *Jurnal Simki-Ekonomi*, 1, 1-14.
- Handoko, R. S. (2006). Analisis Pengaruh Kredibilitas Endorser dan Kreatifitas Iklan Terhadap Efektivitas Iklan yang Mempengaruhi Sikap Terhadap Merek (Studi Kasus Iklan Televisi Pada Konsumen Sepeda Motor Honda Di Kota

Semarang) (Doctoral dissertation, Program Pasca Sarjana Universitas Diponegoro).

Hendra, M. D. (2018). Pengaruh Kreativitas Iklan Melalui Penggunaan Endoser Pocari Sweat Untuk Aplikasi Smartphone Terhadap Minat Beli Komunitas. *Commiverse*, 3(2), 26-33.

Kuhu, T. T., Tumbel, A. L., & Wenas, R. S. (2019). Pengaruh Viral Marketing, Celebrity Endoser, Dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Di Sang Pisang Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 7(3).

Legasari, V. E., Indarti, S., & Restuti, S. (2013). Pengaruh Daya Tarik Iklan, Kreativitas Iklan Dan Kredibilitas Endoser Terhadap Efektivitas Iklan Dan Sikap Konsumen Pada Sabun Pemutih Wajah Merek Oil Of Olay Di Kota Pekanbaru. *Jurnal Ekonomi*, 21(03).

Musak, B., Mandey, S., & Mandagie, Y. (2018). Pengaruh Daya Tarik Iklan Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kartu XL AXIATA Paket Data Di Lingkungan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Sam Ratulangi. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 6(4).

Ningsih, I. B. (2018). Pengaruh Kreativitas Periklanan di Televisi terhadap Keputusan Pembelian Online pada Aplikasi Shopee (Studi pada Siswa SMK Broadcasting Bina Creative (BBC) Medan).

Nurdiyanto, A. D., & Malik, D. L. (2019). Peran Efektivitas Iklan Dalam Memediasi Daya Tarik Iklan Dan Kredibilitas Celebrity Endoser Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Sport Honda. *Prima Ekonomika*, 10(1), 21-36.

Oktaviana, F. (2015). Analisa Pengaruh Kredibilitas Endorse Dan Kreativitas Iklan Terhadap Sikap Terhadap Merek Melalui Efektivitas Iklan Sebagai Variabel Intervening (Studi Iklan LINE AADC). *Jurnal Strategi Pemasaran*, 3(1), 1-9.

- Pakpahan, E. S. B., Restuti, S., & Musfar, T. F. (2017). Pengaruh Kredibilitas Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembeliandan Kepuasan Konsumen You-c 1000 Vitamin Cdi Kota Pekanbaru. *Jurnal Online Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Riau*, 4(1), 721-734.
- Permatasari, B. (2019). Pengaruh Daya Tarik, Kepercayaan, Dan Keahlian Celebrity Endoser Terhadap Keputusan Pembelian. *Technobiz: International Journal of Business*, 3(2), 31-36.
- Putri, I. S. (2019). Pengaruh Pengetahuan Produk, Daya Tarik Iklan, Kredibilitas Endorser, Dan Hedonic Shopping Behavior terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Shooting and Moisture 92% Aloe Vera Shooting Gel dari Nature Republic pada Mahasiswa di Kota Padang (Doctoral dissertation, Universitas Andalas).
- Saputra, D., & Rafiq, M. (2017). Pengaruh Brand Endorser Jkt48 Terhadap Keputusan Pembelian Honda Beat Pada Pt. bintang Kharisma Jaya Di Bandar Lampung. *Jurnal Manajemen Magister Darmajaya*, 1(02), 186-198.
- Saputra, M., & De Yusa, V. (2019). Analisis Efektivitas Iklan Dan Brand Awareness Program Pascasarjana Iib Darmajaya Di Bandar Lampung. *Derivatif: Jurnal Manajemen*, 13(2).
- Sari, N., & Saputra, M. (2019). Pengaruh Intensity, Valence Of Opinion, Conten Terhadap Keputusan Wisatawan Berkunjung Ke Objek Wisata Di Provinsi Lampung. *JURNAL EKUIVALENSI*, 5(1), 26-38.
- Sari, N., Saputra, M., & Husein, J. (2017). Pengaruh electronic word of mouth terhadap keputusan pembelian pada toko online Bukalapak. com. *Jurnal Manajemen Magister Darmajaya*, 3(01), 96-106.
- Sugiono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung Alfabet
- Tjondrokoesoemo, M. (2018). Celebrity Endoser Terhadap Keputusan Pembelian. *Performa*, 2(3), 287-295.

De Yusa, V., & Hastono, A. L. (2018). Pengaruh Citra Merek, Harga Dan Promosi Dalam Keputusan Pembelian Air Minum Dalam Kemasan (Amdk) Rivero Di Bandar Lampung. *Derivatif: Jurnal Manajemen*, 12(1).

Wilujeng, N., & Andjarwati, A. L. (2018). Penggunaan Donna Harun Sebagai Endorser Iklan di Televisi dan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Citra Lasting Youth Hand&Body Lotion (Studi Pada Konsumen di Kelurahan Wates Mojokerto). *BISMA (Bisnis dan Manajemen)*, 2(1), 61-71.