

## DAFTAR PUSTAKA

- A. Shimp, Terence. (2003). *Periklanan Promosi: Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Alih Bahasa oleh Reyvani Sahrial & Dyah Aniksari. Edisi Kelima Jilid . Jakarta: Erlangga-
- A. Shimp, Terence. (2014) *Komunikasi Pemasaran Terpadu dalam Periklanan dan Promosi*. Jakarta: Salemba Empat
- Diandra. (2016). *Pengaruh Tagline Kualiatas Produk, Brand Awareness, dan Celebrity Endorsement Terhadap Minat Beli OPPO Smartphone Pada Mahasiswa Ekonomi Uniba Surakarta*. *Edunomika*, Vol. 04, No. 02 (2020)
- Darno. (2007). Efektifitas Tagline dalam Meningkatkan Brand Awareness (Studi pada Mahasiswa Pengonsumsi Produk Rokok, Minuman Teh, dan Minuman Bersoda). Universitas Negeri Semarang.
- Darmansyah, dkk. 2014. *Pengaruh Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian Produk di Indonesia (Penelitian Online)*. *Jurnal Aplikasi Manajemen*. 12(2). ISSN : 1693-5241
- Ghozali. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS*. Universitas dipnegoro: Semarang
- Ismiati, Nanik (2000). *Slogan dan Tagline Senjata Pamungkas Iklan*. Jakarta: PT.Gramedia Pustaka Utama
- Jerry C. Olson dan Peter J. Paul (2014) *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Edisi 9 Jilid 2. Jakarta: Salemba Empat
- Khan,A., & Lhodi, S. (2016) *Influence of Celebrity Endorsement On Costumer Purchase Decision : A Case of Karachi*. *Imperial Journal Of Interdisciplinary Research (IJIR)*, 2(1), 101-111
- Kotler, Keller. (2016). *Marketing Manajemen*. Edisi 12 Jilid 1&2. Jakarta: PT.Penerbit Erlangga
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Kotler & Armstrong - Principles of Marketing 17th GLOBAL Edition 2018*. In *Pearson* (p. 341).
- Krug, Steve. (2003). *Don't Make Me Think, Panduan Praktis Membangun Web Yang Logis*, Jakarta; PT. Setambi Ilmu Semesta
- Malau. (2017). *Manajemen Pemasaran*. Bandung: Alfabeta Bandung

Pratiwiningsih, Ika (2018) Pengaruh Celebrity Endorsment Terhadap Kepuasan Pembelian Melalui Brand Image (Studi Pada Konsumen Honda Varii di CV Makmur Abadi

Putri, Meissy Triani (2022) Pengaruh Flash Sale dan Tagline “gratis ongkir” Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee (Studi pada Pengguna Marketplace di Kota Pekanbaru

Ratminto, dkk (2017). *Pelayanan Prima, Pedoman Penerapan Moment Kritis Pelayanan dari A Sampai Z*, Yogyakarta: Gajah Mada University

Schiffman, Leon G. And Leslie Lazar Kanuk. (2000). *Customer Behavior. Fifth Edition*. New Jersey: Prentice-hall, Inc

Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta

Tjiptono, Pandi. (2008). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi

Wati, Silvia Puspita (2022) Pengaruh Taline Gratis Ongkir dan Celebrity Endorsment Terhadap Impluse Buying Pada Pembelanjaan Mukenah di Shopee Pipineapple.Official

Zikri, Raja Awwalu. (2022). Pengaruh Celebrity Endorser dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Sepeda Motor Honda Vario Pada PT. Capella Dinamik Nusantara Di Kota Lhokseumawe

<https://compas.co.id/article/brand-skincare-lokal-terlaris/>

<https://databoks.kadata.co.id/datapublish/2022/07/19/10-e-commerce-dengan-pengunjung-terbanyak-kuartal-i-2022>

<https://fisip.unimal.ac.id/profil-fakultas/visi-dan-misi>

<https://scarlettwhitening.com/product>