

DAFTAR PUSTAKA

- Alimin, Muhammad. *Etika dan Perlindungan Konsumen dalam Ekonomi Islam*. (Yogyakarta: BPFE. 2004).
https://www.google.co.id/books/edition/Etika_perlindungan_konsumen_dalam_ekonomi/eFCaAAAAMAAJ?hl=id&gbpv=1&bsq=Muhhammad,+Alimin,+Etika+dan+Perlindungan+Konsumen+dalam+Ekonomi+Islam&dq=Muhhammad,+Alimin,+Etika+dan+Perlindungan+Konsumen+dalam+Ekonomi+Islam&printsec=frontcover
- Anshori, Muslich dan Sri Iswati. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. (Surabaya: Airlangga University Press. 2017).
- Bungin, Burhan. *Metodologi Penelitian Kuantitatif “Komunikasi, Ekonomi, dan Kebijakan Publik Serta Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya*. (Jakarta: Prenada Media Group. 2005).
https://www.google.co.id/books/edition/Metodologi_Penelitian_Kuantitatif/rBVNDwAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=Burhan+Bungin,+Metodologi+Penelitian+Kuantitatif+%E2%80%9CKomunikasi,+Ekonomi,+dan+Kebijakan+Publik+Serta+Ilmu-Ilmu+Sosial+Lainnya&printsec=frontcover
- Duli, Nikolaus. *Metodologi Penelitian Kuantitatif : Beberapa Konsep Dasar Untuk Penulisan Skripsi dan Analisis Data dengan SPSS*. (Yogyakarta: Deepublish. 2019).
https://www.google.co.id/books/edition/Metodologi_Penelitian_Kuantitatif/A6fRDwAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=Nikolaus+Duli,+Metodologi+Penelitian+Kuantitatif:+Beberapa+Konsep+Dasar+Untuk+Penulisan+Skripsi+dan+Analisis+Data+dengan+SPSS,+Yogyakarta:+Deepublish&pg=PR4&printsec=frontcover
- Firmansyah, M. Anang. *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)*. (Sleman: Qiara Media. 2018).
[https://www.google.co.id/books/edition/PERILAKU_KONSUMEN_Sikap_dan_Pemasaran/XDKaDwAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=M.+Anang+Firmansyah,+Perilaku+Konsumen+\(Sikap+dan+Pemasaran\),+\(Sleman:+Qiara+Media,+2018&pg=PR4&printsec=frontcover](https://www.google.co.id/books/edition/PERILAKU_KONSUMEN_Sikap_dan_Pemasaran/XDKaDwAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=M.+Anang+Firmansyah,+Perilaku+Konsumen+(Sikap+dan+Pemasaran),+(Sleman:+Qiara+Media,+2018&pg=PR4&printsec=frontcover)
- Ghozali, Imam. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19*. (Semarang: Undip. 2011).

Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. *Manajemen Pemasaran Jilid 1*. (Jakarta: Erlangga. 2009).

Kotler , Philip dan Kevin Lane Keller. *Manajemen Pemasaran Jilid 2*. (Jakarta: Erlangga. 2009).

Kriyantono, Rachmat. *Manajemen Periklanan : Teori dan Praktek*. (Malang: UB Press. 2013).
https://www.google.co.id/books/edition/Manajemen_Periklanan/CeBjDwAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=Rachmat+Kriyantono,+Manajemen+Periklanan&printsec=frontcover

Jusuf, Dewi Indriani. *Perilaku Konsumen di Masa Bisnis Online*. (Yogyakarta: Penerbit Andi. 2018).
https://www.google.co.id/books/edition/Perilaku_Konsumen_di_Masa_Bisnis_Online/v7Z-DwAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=Dewi+Indriani+Jusuf,+Perilaku+Konsumen+di+Masa+Bisnis+Online,+Yogyakarta:+Penerbit+Andi,+2018&pg=PR2&printsec=frontcover

Leonard J. Kazmier. *Statistik untuk Bisnis*. (Jakarta: Erlangga. 2005).

M. Djakfar. *Etika Bisnis dalam Perspektif Islam*. (UIN Malang Press: Malang. 2007).
https://www.google.co.id/books/edition/Etika_Bisnis/78UYCgAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=M.+Djakfar,+Etika+Bisnis+dalam+Perspektif+Islam&printsec=frontcover

Moriaty, Sandra dkk., *Advertising Edisi Kedelapan*. (Jakarta: Pernadamedia Group. 2015).
https://www.google.co.id/books/edition/Advertising_Ed_8/IhZNDwAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=Sandra+Moriaty,+dkk.,+Advertising+Edisi+Kedelapan&printsec=frontcover

Nurdin, Ismail dan Sri Hartati. *Metodologi Penelitian Sosial*. (Surabaya: Media Sahabat Cendekia. 2019).
https://www.google.co.id/books/edition/METODOLOGI_PENELITIAN_SOSIAL/tretDwAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=.+Ismail+Nurdin+dan+Sri+Hartati,+Metodologi+Penelitian+Sosial,+Surabaya:+Media+Sahabat+Cendekia,+2019&printsec=frontcover

Nurhayani dan Deni Suryano. *Strategi Pemasaran Kontemporer*. (Yogyakarta:Penerbit Qiara Media. 2019).

https://www.google.co.id/books/edition/STRATEGI_PEMASARAN_KONTEMPORER/7bOWDwAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=Nurhayani+dan+Deni+Suryano,+Strategi+Pemasaran+Kontemporer,+Yogyakarta:++Penerbit+Qiara+Media&pg=PA153&printsec=frontcover

Putra, Richard. *Master Secrets Facebook dan Instagram Ads*. (Jakarta: Revolusi Milenial Indonesia. 2020).

Priyatno, Duwi. *SPSS 22 : Pengolahan Data Terpraktis*.(Yogyakarta: Andi. 2014).

Rachmadi, Tri. *The Power of Digital Marketing*. (Jakarta: Elex Media Komputindo. 2017).

Riyanto, Slamet dan Aglis Andhita Hatmawan. *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian di Bidang Manajemen. Teknik. Pendidikan dan Eksperimen*. (Yogyakarta: Deepublish. 2020).

https://www.google.co.id/books/edition/Metode_Riset_Penelitian_Kuantitatif_Pene/W2vXDwAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=Slamet+Riyanto+dan+Aglis+Andhita+Hatmawan,+Metode+Riset+Penelitian+Kuantitatif+Penelitian+di+Bidang+Manajemen,+Teknik,+Pendidikan+dan+Eksperimen,+Yogyakarta:+Deepublish,+2020&pg=PR4&printsec=frontcover

Simamora, Bilson. *Panduan Riset Perilaku Konsumen*. (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama. 2002).

https://www.google.co.id/books/edition/Panduan_riset_perilaku_konsumen/pAfxNu7FFCYC?hl=id&gbpv=1&dq=Bilson+Simamora,+Panduan+Riset+Perilaku+Konsumen,+Jakarta:+Gramedia+Pustaka+Utama,+2002&pg=PR3&printsec=frontcover

Sudarya, Yoyo, dkk., *Digital Marketing dan Fintech di Indonesia* (Yogyakarta: Penerbit Andi. 2020).

Sugiarto, Dergibson Siagian. *Metode Statistika untuk Bisnis dan Ekonomi*. (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama).

https://www.google.co.id/books/edition/Metode_statistika_untuk_bisnis_dan_ekonomi/saZED8D4mpsC?hl=id&gbpv=1&dq=Dergibson+Siagian+Sugiarto,+Metode+Statistika+untuk+Bisnis+dan+Ekonomi,+Jakarta:+Gramedia+Pustaka+Utama&pg=PP5&printsec=frontcover

Terence, A. Shimp. *Periklanan dan Promosi*. (Jakarta: Erlangga. 2003).

[https://www.google.co.id/books/edition/Periklanan_dan_Promosi_edisi_5_jilid_1/4zG8p9bj2yEC?hl=id&gbpv=1&dq=A.+Shimp+Terence,+Periklanan+dan+Promosi,++\(Jakarta:+Erlangga,+2003&pg=PR4&printsec=frontcove](https://www.google.co.id/books/edition/Periklanan_dan_Promosi_edisi_5_jilid_1/4zG8p9bj2yEC?hl=id&gbpv=1&dq=A.+Shimp+Terence,+Periklanan+dan+Promosi,++(Jakarta:+Erlangga,+2003&pg=PR4&printsec=frontcove)

Terence, A. Shimp. *Periklanan dan Promosi (Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu)*. (Jakarta: Erlangga. 2007).

Tjiptono, Fandy. *Strategi Pemasaran Edisi 3*. (Yogyakarta: Penerbit Andi. 2008).

Tohardi, Ahmad Tohardi. *Pengantar Metodologi Penelitian Sosial*. (Bandung: Tanjungpura University Press. 2019).

Simamora, Bilson. *Panduan Riset Perilaku Konsumen*. (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama. 2002).

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

W. Gulo. *Metodologi Penelitian*. (Jakarta: Grasindo. 2002).

https://www.google.co.id/books/edition/Metodologi_Penelitian/1FJfR5jf-osC?hl=id&gbpv=1&dq=.+Gulo,+Metodologi+Penelitian&pg=P5&printsec=frontcover

Zulfikar dan Nyoman Budiantara. *Manajemen Riset dengan Pendekatan Komputasi Statistika*. (Yogyakarta: Deepublish. 2014).

[https://www.google.co.id/books/edition/Manajemen_Riset_dengan_Pendekatan_Komputasi/4K3UCQAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=Zulfikar+dan+Nyoman+Budiantara,+Manajemen++Riset+dengan+Pendekatan+Komputasi+Statistika,++\(Yogyakarta:+Deepublish,+2014&pg=PR5&printsec=frontcover](https://www.google.co.id/books/edition/Manajemen_Riset_dengan_Pendekatan_Komputasi/4K3UCQAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=Zulfikar+dan+Nyoman+Budiantara,+Manajemen++Riset+dengan+Pendekatan+Komputasi+Statistika,++(Yogyakarta:+Deepublish,+2014&pg=PR5&printsec=frontcover)

Amira, Nabila dan Iis Kurnia Nurhayati. “Efektivitas Fitur Instagram Sponsored sebagai Media Iklan”. *Jurnal Of Media and Communication Science* 2. no. 2 (2019). Di akses pada 05 Oktober 2020

<http://www.jcomm.unram.ac.id/index.php/jcomm/article/download/53/30>.

Anggraeni, Rima Dwi, Edriana Pangestuti. dan Lussy Deasyana Rahma Devita. “Pengaruh *Endorsement Beauty Vlogger* terhadap Minat

- Beli *Make Up Brand Lokal*”. *Jurnal Administrasi Bisnis* 60. no. 1 (2018) Di akses pada 05 Oktober 2020. <http://administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id/index.php/jab/article/view/2492>.
- Bramantya, Yan Bayu dan Made Jatra. “Pengaruh *Celebrity Endorser* dan *Brand Image* terhadap Keputusan Pembelian Yamaha Jupiter MX di Kota Denpasar”. *E-Jurnal Manajemen Unud*. No. 3 (2016) Di akses pada 02 Oktober 2020. <https://ojs.unud.ac.id/index.php/Manajemen/article/view/17379>
- Dewi, Adhita Maharani “Pengaruh Iklan Online melalui Instagram terhadap Keputusan Pembelian bagi Peningkatan Penjualan Produk Kuliner Lokal”. *Jurnal Ekonika* 3. no. 1 (2018). Di akses pada 01 Oktober 2020. <http://download.garuda.ristekdikti.go.id/article.php?article=1207658&val=10447&title=PENGARUH%20IKLAN%20ONLINE%20MELALUI%20INSTAGRAM%20TERHADAP%20KEPUTUSAN%20PEMBELIAN%20BAGI%20PENINGKATAN%20PENJUALAN%20PRODUK%20KULINER%20LOKAL>.
- Kansha, Delavira Rahmalia. “Efektifitas Penggunaan *Endorsement* oleh *Online Shop* Giyomi di Media Sosial Instagram”. Di akses pada 03 November 2020. <http://repository.unair.ac.id/67927/2/Sec.pdf>
- Kurniati, Dewi dan Nugraha Arifin. “Strategi Pemasaran Melalui Media Sosial dan Minat Beli Mahasiswa”. *Jurnal Simbolika* 1. no. 2 (2015). Di akses pada 04 Oktober 2020. <http://ojs.uma.ac.id/index.php/symbolika/article/view/200>
- Perindustrian, Kementerian. “RI Siap Jadi Kiblat Fesyem Muslim Dunia Tahun Depan”. Di akses pada 19 oktober. 2020. <https://kemenperin.go.id/artikel/20616/RI-Siap-Jadi-Kiblat-Fesyem-Muslim-Dunia-Tahun-Depan>.
- Pradewi, Ratih Galuh, Tri Yuliyanti, dan Fitri Norhabiba. “Pengaruh *Endorsement* terhadap Sikap Konsumen dan Minat Pembelian Produk Lipsik pada *Online Shop* dengan Media Sosial Instagram”. *Jurnal Representamen* 5. no 1 (2019). Di akses pada 07 Oktober 2020. <http://jurnal.untag-sby.ac.id/index.php/representamen.article/view.2399/0>.

- Priyo Dari Mulyo. “Endorser sebagai Affirmative Action dalam Komunikasi Bisnis”-Di akses pada 27 September 2020. <http://jurnal.unmer.ac.id/index.php/n/article/download/621/319>
- Putri, Gayatri Hutami dan Bhina Patria. “Pengaruh Endorsement Selebriti Instagram terhadap Minat Beli Remaja Putri”. *Gadjah Mada Journal Of Profesional Psychology (GAMAJPP)* 4. no. 1 (2018). Di akses pada 05 Oktober 2020 <https://jurnal.ugm.ac.id/gamajpp/article/view/45347>
- Wardani, Ajeng dan Mohammad Iqbal. “Pengaruh Orientasi Fashion terhadap Pembelian Komplusif (Survei pada Wanita Pengguna Muslim Fashion di Kota Jakarta)”. *Jurnal Administrasi Bisnis* 65. no. 1 (2018). Di akses pada 05 Oktober,2020. <http://administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id/index.php/jab/article/view/2759>.
- Leo. “Pengertian dan Kelebihan Instagram Ads”. Mei 30. 2018. <http://aryeltech.com.teknologi/pengertian-dan-kelebihan-instagram-ads/>
- Marketing Manajemen Mengenal Pentingnya Endorsement”. *accurate.id*. Di akses pada 15 Desember 2020. <https://accurate.id/marketing-manajemen/mengenal-pentingnya-endorsement>
- Michele, Jessica. “pengertian *Endorse*” Februari 19. 2018. <https://www.google.co.id/amp/s/m.kumparan.com/amp/sociabuzz-blog/pengertian-endorse-endorse-adalah>