

DAFTAR PUSTAKA

- Alma. 2016. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Arifin, Ali. 2005. *Viral Marketing on Strategy*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Belch, G.E. dan Belch, M.E. 2004. *Advertising and Promotion: An Integrated Marketing Communications Perspective*, 6th Edition. NY: McGraw Hill.
- Cahyaningtyas, Cantika Arumi, and Anindhita Budiarti. 2022. Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Dimediasi Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Masker Camille di Shopee. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*
- Clow, Kenneth E., and Donald Bacck. 2018. *Integrated Advertising, Promotion, and Marketing Communications*. Eighth. United Kingdom: Person.
- Darmansyach, Muhartini Salim, and Syamsul Bachri. 2014. Pengaruh Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian Produk di Indonesia (Penelitian Online). *Jurnal Aplikasi Manajemen* 12(2):230–38.
- Dhini, V. A. 2022. *Pengguna TikTok Terus Bertambah sampai Kuartal I 2022*. Databoks. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/07/19/pengguna-tiktok-terus-bertambah-sampai-kuartal-i-2022>
- Dwijantoro, Rizky, Bernadin Dwi, and Nobelson Syarief. 2021. “Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Marketplace Shopee.” *Jurnal Riset Pengembangan Bisnis, Volume 16*.

Eka P. L. & Laily, N. 2022. Pengaruh Viral Marketing dan Sosial Media terhadap Keputusan Pembelian pada Tokopedia melalui E-WOM sebagai Variabel Intervening. 11.

Ghozali. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate* (9th ed). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Hidayati, N. L. 2018. Pengaruh *Viral Marketing, Online Consumer Reviews* Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Shopee Di Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 6(3), 77–84.

<https://shop.tiktok.com/business/id>. 2023. TikTok.

<https://www.pranataprinting.com/sejarah-singkat-aplikasi-tik-tok-yang-mendunia/>. 2022. Pranata Printing.

<https://www.komunitasmea.web.id/cara-melihat-keranjang-tiktok>

Indrasari, Meithiana. 2019. *Pemasaran & Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: Unitomo Press.

Irwansyah, R., Listya, K., Setiorini, A., Musfirowati, H. ita, Hasan, M., Prambudi, U. K., Bairizki, A., Sri, L. A., Wahyudi, S. R. D., Butarbutar, M., Nopus, H., Hasbi, I., Elvera, & Triwardhani, D. 2021. *Perilaku Konsumen* (Vol. 5).

Kotler, Philip & Gery Armstrong. 2012. *Dasar-Dasar Pemasaran*. Jilid I, Alih Bahasa Alexander Sindoro dan Benyamin Molan. Jakarta: Penerbit Prenhalindo.

Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller, 2008, *Manajemen Pemasaran* edisi Ketiga Belas . Jilid 2. Jakarta: Penerbit Erlangga.

Kotler, Philip, and Kevin Lane Keller. 2016. “*Manajemen Pemasaran*, (15th ed). Jakarta: Erlangga

Munawaroh, L., Wijyantini, B., Setianingsih, W. E., & Muhammadiyah Jember, U. 2022. *Celebrity Endorser, E-Wom dan Harga yang Kompetitif Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online. BUDGETING: Journal of Business, Management and Accounting*, 3(2), 374–388.

Nggilu, M., Tumbel, A. L., & Djemly, W. 2019. The Influence Of Viral Marketing, Celebrity Endorser, And Brand Awareness Towards Purchase Decisions In Geprek Benu Manado. *Jurnal EMBA*, 7(3), 2691–2700.

Pratiwiningsih, A Ratna, *et al.*, 2018. “Pengaruh *Celebrity Endorser* Terhadap Keputusan Pembelian Melalui *Brand Image* (Studi Pada Konsuen Honda Vario Di CV. Sumber Makmur Abadi).” *Skripsi*, Universitas Merdeka Pasuruan, 2022.

Pudyaningsih, A. Ratna, Imaduddin, W., Mufidah, E., & Ardiyanti, P. E. 2022. Pengaruh *Celebrity Endorser* dan *Brand Image* terhadap Keputusan Pembelian dengan Kepercayaan sebagai Variabel Mediasi.

Shimp, T. A. 2014. *Periklanan Promosi* (5th ed.). Jakarta: Erlangga.

Setiadi, N. J. 2003. *Perilaku Konsumen: Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*. Jakarta: Prenada Media.

Setyawati, Melisa. 2015. Penggunaan Maudy Koesnaedi Sebagai Celebrity Endorser Dalam Iklan Televisi L'oreal Fall Repair 3x Terhadap Brand Image L'oreal Di Surabaya. *Jurnal E - Komunikasi* 3(1):1–12.

Sugiono. 2020. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (edisi kedua). Bandung: Alfabeta.

Tengor, Gloria, Lotje Kawet, and Sjendry Loindong. 2016. “Pengaruh Merek, Desain Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Iphone Studi Kasus Pada Mahasiswa Stie Eben Haezar Manado.” *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi* 16(4):367–75.

Wiyono, Gendro. 2011. *3 In One Merancang Penelitian Bisnis Dengan Alat Analisis SPSS 17.0 dan Smart PLS 2.0* (edisi 1). Yogyakarta: UPP STIM YKPN.