

## DAFTAR PUSTAKA

- Belch G & Belch M. Advertising & promotion. McGraw Hill. 2018
- Christian R & Ariyanti M. Pengaruh *celebrity endorser* terhadap minat pembelian situs belanja online tokopedia di kota Bandung. *e-proceeding of management*. 2017. 4, (1)
- Darmansyah, Salim H & Bachri S. Pengaruh *celebrity endorser* terhadap keputusan pembelian produk di Indonesia. *Jurnal Aplikasi Manajemen*. 2014. 12, (2)
- Efendi F & Tamami S. Pengaruh tingkat upah, kesejahteraan, dan loyalitas terhadap kinerja bawahan pada PT Angkasa Engineeris Indonesia. *Jurnal equibiria FE UNRIKA*. 2017. 4, (1)
- Firona W & Iskandar D. Pengaruh *direct selling* dan media sosial melalui facebook terhadap minat beli konsumen pada rokok sin herbal. *Jurnal riset manajemen dan bisnis FE UNIAT*. 2018. 4, (3)
- Fitriani A & Subagja I. Pengaruh kualitas layanan dan nilai pelanggan terhadap kepuasan pelanggan toko serba ada matahari di pondok gede plaza kota bekasi. *Jurnal manajemen bisnis krisnadiwayana*. 2017. 5, (3)
- Hens H. Alasan Bukapak gandeng dian sastro sambut harbolnas 2018. 2018. <https://www.liputan6.com/lifestyle/read/3803539/alasan-bukalapak-gandeng-dian-sastro-sambut-harbolnas-2018>. (Diakses pada tanggal 24 Januari 2019)
- Herianto F. Pengaruh *celebrity endorser* dan *brand image* terhadap *purchase intention* sepatu sepak bola nike di kota Malang. 2016. 4, (2)
- <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/01/31/ini-e-commerce-indonesia-paling-diminati-pada-triwulan-iv-2018>. (Diakses pada tanggal 23 Januari 2019)
- <https://www.artikelsiana.com/2017/09/pengertian-transaksi-jenis-bukti.html>. (Diakses pada tanggal 12 Februari 2019)
- <https://www.validnews.id/Perkembangan-E-commerce-di->. (Diakses pada tanggal 17 Januari 2019)

Kotler P & Armstrong G. Principles of marketing. Pearson. 2018

Kotler P & Keller K. Marketing management. Pearson. 2016

Rahman A, & Dewantara R. Pengaruh kemudahan penggunaan dan kemanfaatan teknologi informasi terhadap minat menggunakan situs jual beli online. *Jurnal Administrasi Bisnis*. 2017. 52, (1)

Schiffman L & Wisenbilt J. Consumer behavior. Pearson 2015

Septanto A, Haryono A & Harini C. Pengaruh kualitas produk, citra merek, persepsi harga terhadap emotional response dengan minat beli sebagai variabel intervening. *Journal of management*. 2018. 4,(4)

Shimp T. Komunikasi terpadu. Salemba empat. 2014

Sidik F. Pengguna perangkat mobile di Indonesia semakin tinggi, ini datanya!. 2018. <https://industri.bisnis.com/read/20180201/101/733037/pengguna-perangkat-mobile-di-indonesia-semakin-tinggi-ini-datanya>. (Diakses pada tanggal 15 Januari 2019)

Sugiyono. Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D. Alfabeta. 2018

Sumarwan U. Perilaku konsumen. Ghalia. 2017

Sutrisno S & Rokhana L. Pengaruh kecerdasan emosional, perilaku belajar, dan minat belajar terhadap tingkat pemahaman akuntansi. *Jurnal media ekonomi dan manajemen*. 2016. 31,(1)

Suyono H & Dahniar. Pengaruh gaya kepemimpinan suportif, komunikasi horizontal, dan pengembangan karir terhadap kepuasan kerja karyawan kontrak. *Jurnal wawasan Manajemen Universitas Lambung Mangkurat*. 2019. 7,(1)

Yunita R & Rofelawaty B. Analisis pengaruh ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha, faktor sosial, dan kondisi yang memfasilitasi terhadap penggunaan sistem informasi akuntansi. *Jurnal manajemen dan akuntansi*. 2018. 19,(2)