

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, B. 2013. Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. Bandung: Alfabeta.
- Amalia, F. & Yulianthini, N. N.2022. Pengaruh Kepercayaan Dan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Pada *Marketplace* Bukalapak Di Banyuwangi. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*. 4(2): 206-212.
- Anas, A, A. & Sudarwanto, T. 2020. Pengaruh *Celebrity Endorser* Terhadap Keputusan Pembelian Di Eiger Store Royal Plaza Surabaya.
- APPJI. 2023. Pengguna Internet Indonesia 2022-2023.Data Indonesia.id.
- Ardianto, J. 2020. 177 *Problem Solving* Tentang Membidik Konsumen. Yogyakarta: Noktah.
- Auliyah, A, N., Sutarmin., Sugiyanto., Budiarti, W. 2021. Pengaruh *Celebrity Endorser. Viral Marketing Dan Electronic Word Of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Kepercayaan Konsumen Sebagai Variabel *Intervening* Pada *Instagram Koko Buncit* Surabaya. *Soetomo Management Review*. 2(1): 123-135.
- Azizah, A, N. 2022. Pengaruh *Word Of Mouth* (WOM), Harga, Kualitas Pelayanan, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Toko Pasundan Pusat Dukuhwaluh Kecamatan Kembaran, Kabupaten Banyumas. Skripsi Universitas Islam Negeri PROF. K.H Saifuddin Zuhri. Purwokerto. 118 Halaman.
- Bancin, J. B. 2021. Citra Merek Dan *Word Of Mouth* (Peranannya Dalam Keputusan Pembelian Mobil Nissan Grand Livina). Surabaya: CV Jakad Media *Publishing*.
- Bramantya, Y, B. & Jatra, M. 2016. Pengaruh *Celebrity Endorser* Dan *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian Yamaha Jupiter Mx Di Kota Denpasar. E-*Jurnal Manajemen Unud*. 5(3): 1745-177.
- Dewi, F, S. & Sari, T, N. 2023. Pengaruh *Brand Image, Celebrity Endorsement, Dan Live Streaming* Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Produk Kecantikan Wardah (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Potensi Utama). *Jurnal Widya*. 4(2): 351-365.
- Djaali, H. 2020. Metodologi Penelitian Kuantitatif. Jakarta: Bumi aksara.
- Elpansyah, C., Nurdin, S., Rahayu, Y. S. 2019. Pengaruh *Word Of Mouth* Terhadap Minat Beli Melalui Citra Perusahaan dan Kepercayaan Sebagai Variabel *Intervening* Pada Jasa Umroh PT Indojava Mulia Wisata. 1(1): 85-95.

- Firmansyah, M, A. 2020. Komunikasi Pemasaran. Jawa Timur: CV. Penerbit Qiara Media.
- Febriyanti, R, S. 2016. Pengaruh *Celebrity Endorser* Dan *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*. 5(6): 1-18.
- Ghodang, H. 2020. *Path Analysis (Analisis Jalur) Konsep & Praktik Dalam Penelitian*. Medan: PT. Penerbit Mitra Group.
- Ghozali, I. 2018. Aplikasi Analisis *Multivariate* dengan Program IBM SPSS 25. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- Halim, M, P. 2015. Kajian Indikator Kepercayaan Konsumen Akan *Online Review* Pada Proses Keputusan Booking Hotel Secara *Online*. *Akademika*. 13(1): 21-27.
- Harahap, C, F, T. 2016. Pengaruh Kualitas Pesan Iklan, Selebriti Pendukung, Pengguna *Tagline* Iklan Di Televisi Terhadap Pembentukan *Brand Awareness* Produk Le-Mineral Pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Sumatera Utara. Skripsi Universitas Sumatera Utara.
- Hasan, A. 2010. Marketing dari Mulut ke Mulut (*Word Of Mouth Marketing*). Yogyakarta: Medpress.
- Hardiman, I. 2016. 400 Istilah Media Promosi Dan Periklanan. Jakarta: Gagas Ulung.
- Heda, N, S, R. 2017. Pengaruh *Celebrity Endorser* Dan *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian Shampo (Studi Kasus Pada Merek Clear). Skripsi Universitas Yogyakarta. Yogyakarta. 113 Halaman.
- Hertita, D. 2023. Setiap Pebisnis Harus Tahu Promo *Upselling Cros-Selling* Ini! Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- Julianti, D. A. & Junaidi, A. 2020. Pengaruh *Word Of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian Baso Aci Akang Citra Raya Tangerang. 4(1): 75-81.
- Karmila, A. 2020. Pengaruh Harga Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Melalui *Marketplace Shopee*. Skripsi. Stie Stan - Indonesia Mandiri. Bandung. 90 Halaman.
- Kiswalini, A. & Nurcahya, I, K. 2014. Pengaruh *Celebrity Endorser, Brand Image*, Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian. E-jurnal Manajemen Unud. 3(6): 1522-1534.

- Kotler, Philip. 2016. *Marketing Management*. Evanston: England: *Pearson Education Limited*.
- Kusumadewi, D, A. 2017. Pengaruh *Celebrity Endorser* Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Produk Fashion Merek *Three Second* Di Ponorogo *City Center* Dengan Persepsi Harga Sebagai Variabel Moderasi. Skripsi. Universitas Muhammadiyah Ponorogo. Ponorogo. 100 Halaman.
- Mahardini, M, D. 2019. Pengaruh Pengalaman Belanja *Online*, *Word Of Mouth* (Wom), Dan Citra Merek, Dengan Mediasi Kepercayaan *Website* Terhadap Keputusan Pembelian Pada Layanan Belanja *Online Shopee* Dan Bukalapak Di Gresik. Skripsi. Universitas Maritim Raja Ali Haji. Tanjungpinang. 122 Halaman.
- Manggalania, L, K. & Soesanto, H. 2021. Pengaruh *Celebrity Endorsement*, *Country Of Origin* Dan *Electronic Word Of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian dengan Citra Merek Sebagai Variabel *Intervening*. 10(6): 1-15.
- Mariska, A., Rachma, N., Suharto, M, K, A, B. 2022. Pengaruh *Celebrity Endorser* Ria Ricis Dan *Electronic Word Of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian Dengan *Brand Image* Sebagai Variabel *Intervening* (Pada Mahasiswa FEB Angkatan 2018 Universitas Islam Malang Pengguna Scarlett Whitening). E-jurnal Riset Manajemen. 72-83.
- Maulana, A. R. (2020). Pengaruh Kualitas *Website*, *Word Of Mouth* Terhadap Minat Beli Ulang dan *Trust* Sebagai Variabel *Intervening* (Studi Kasus Pada *E-Commerce Lazada.Com*). 94 Halaman.
- Naharuddin., Hamzah, M., Fitriany. 2023. Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan *Word Of Mouth* (WOM) Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Kepercayaan Sebagai Variabel *Intervening* Pada *Catering Cv.Narsa* Makassar. Jurnal Pelopor Manajemen Indonesia. 2(1): 48-62.
- Ningrum, E. M. S. 2021. Pengaruh *Celebrity Endorser* dan *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian Secara *Online* Melalui Kepercayaan Sebagai Variabel *Intervening* (Studi Pada Mahasiswa Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember Angkatan 2017- 2020 Konsumen Tokopedia). Skripsi Universitas Jember.
- Nobel, A, A. 2022. Pengaruh *Celebrity Endorser* Dan *Online Customer Review* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Erigo Pada Aplikasi *Shopee* (Studi Kasus Pada Masyarakat Kota Pekanbaru. Skripsi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau. Pekanbaru. 112 Halaman.
- Nopita. 2022. Pengaruh Privasi, Keamanan, Dan Kepercayaan Terhadap Niat

- Bertransaksi Secara *Online* Di *Shopee* (Studi Kasus Mahasiswa FEB UIR). Skripsi Universitas Islam Riau. Pekanbaru. 111 halaman.
- Nuha, M, S. 2020. Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan pembelian Mobil Merek Wuling Di Kota Makassar Dengan Minat Beli Sebagai Variabel *Intervening*. Skripsi Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar. Makassar. 98 Halaman.
- Nugraha, P, P. 2023. Keunikan Model *Marketing* Dari Mulut Ke Mulut Dalam Era Digital. *Jurnal Multidisiplin Indonesia*. 2(10): 3160-3169.
- Nurafnia, D. 2023. Pengaruh *Digital Marketing*, *Word Of Mouth*, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada *Zika Fashion House* Tanjungpinang. Skripsi Universitas Maritim Raja Ali Haji.
- Pamungkas, P, T, A. 2023. Pengaruh Kepercayaan Konsumen, Kemudahan Penggunaan, Dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian *Online* Produk *Fashion* Pada Aplikasi *Tiktok Shop* (Studi Kasus Mahasiswa FEBI UIN Raden Mas Said Surakarta). Skripsi Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta. Surakarta. 133 Halaman.
- Parmariza, Y. 2019. Pengaruh *Celebrity Endorser*, Kualitas Informasi, *Viral Marketing* Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Di Instagram. *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis*. 5(3): 192-206.
- Pudyaningsih, A. R., Imaduddin, W., Mufidah, E & Ardiyanti, E. P. 2022. Pengaruh *Celebrity Endorser Dan Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Mediasi. 63-72.
- Putra, D, P., Suprihartini, L., Kurniawan, R. 2021. *Celebrity Endorser, Online Customer Review, Online Customer Rating* Terhadap Keputusan Pembelian dengan Kepercayaan Sebagai Variabel *Intervening* pada Marketplace Tokopedia. *Jurnal Bahtera Inovasi*. 5(1): 57-65.
- Ramadhan, W, D., Rachmawati, I, K., Alamsyah, A, R. 2023. Pengaruh *Word Of Mouth, Digital Marketing, Dan Kualitas Pelayanan* Terhadap Keputusan Pembelian Pada *Marketplace* Shopee. 11(2): 124-136.
- Rosaria, A. A., Rizal, Y., Pujiati. (2020). Pengaruh *Celebrity Endorser, Testimoni, Kualitas Pelayanan* Terhadap Kepercayaan Konsumen Di Instagram. *Economic Education And Entrepreneurship Journal*. 3(2): 1-8.
- Sahir, S. H. 2021. Metodologi Penelitian. Medan: KBM Indonesia.
- Saleh, M. Y. & Said, M. 2019. Konsep dan Strategi Pemasaran. Makassar: CV Sah Media.

- Santoso, D, H. 2020. Pengaruh *Celebrity Endorser* Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Oppo Dengan Kepercayaan Konsumen Sebagai Variabel *Intervening*. Master (S2) Thesis, Universitas Muhammadiyah Malang. Malang.
- Sari, F, P. 2016. Pengaruh Harga Citra Merek Dan *Word Of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*. 5(6): 1-15.
- Setiabudi, H, H. 2023. Pengaruh *Word Of Mouth*, Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Halal Di Kota Semarang. Skripsi Universitas Semarang. Semarang. 118 Halaman.
- Siyoto, S. & Sodik, M. A. 2015. Dasar Metodologi Penelitian. Yogyakarta: Literasi Media *Publishing*.
- Solihin, D. 2020. Pengaruh Kepercayaan Pelanggan dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada *Online Shop* Mikaylaku Dengan Minat Beli Sebagai Variabel *Intervening*. *Jurnal Mandiri*. 4(1): 38-51.
- Sukma, K, A, D, S, K., Nurcahya, I, K., Suryani, A. 2016. Pengaruh *Celebrity Endorser*, *Brand Image* Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pembersih Wajah Men's Biore. *E-jurnal Manajemen Unud*. 5(7): 4016-4063.
- Tamara, A, N. 2021. Pengaruh *Brand Awareness* Dan *Celebrity Endorser* Terhadap Kepercayaan Serta Dampaknya Pada Minat Beli Produk (Studi Pada Konsumen Madeenaa.Id). *Jurnal Indonesia Sosial Sains*. 2(9): 1-21.
- Tjiptodjojo, K. I., Setyawan, S., Suwarno, H. L., Margaretha, Y. 2021. Pengaruh *Word Of Mouth* Terhadap Kepercayaan Konsumen Dalam Berbelanja Secara *Online*. *SENAPENMAS*. 1407-1412.
- Walidaini, B. & Ratnaningrum, N. 2022. Pengaruh *Celebrity Endorsement*, Kualitas Produk, dan Citra Merek terhadap Kepercayaan Pelanggan. *UBMJ (Upy Business And Management Journal)*. 1(1): 66-31.
- Wardani, D, S, D. & Maskur, A. 2022. Pengaruh *Celebrity Endorser*, Citra Merek Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlett Whitening (Studi Kasus Pengguna Scarlett Whitening). *Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah*. 5(2): 1148-1160.
- Wulandari, S. 2022. Pengaruh *Word Of Mouth*, Kepercayaan Konsumen Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Secara *E-Commerce* Di Pt. Natural Nusantara Yogyakarta Pada Tahun 2017-2021. Skripsi

Universitas Bhayangkara Surabaya. Surabaya. 122 Halaman.

<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2024/01/10/5-e-commerce-dengan-pengunjung-terbanyak-sepanjang-2023>

