

DAFTAR PUSTAKA

- Alfiyah Nuraini, (2015). Pengaruh Celebrity Endorser, Kualitas Produk Terhadap Citra merek dan dampaknya pada Keputusan pembelian (Studi Kasus pada Konsumen Kosmetik Wardah Di Kota Semarang).**
- Arikunto, Suharsimi. 2016. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Arikunto, Suharsimi. 2018. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Daniel Setyo Adi Santoso (2022) Pengaruh Viral Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Kepercayaan Konsumen Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi Universitas Negeri Surabaya Pembeli Aksesoris Handphone Di Shopee).
- Doucett, Elisabeth. (2018). *Creating Your Library Brand, Communicating Your Relevance and Value to You Patrons*. Chicago: American Library Association.
- Doddy Sigar (2021) Pengaruh Brand Ambassador, Viral Marketing Dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Nike Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis UNSRAT.
- Ghozali, Imam. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Indiantoro, N. 2010. *Sistem Informasi Strategik: Dampak Teknologi Informasi Terhadap Organisasi dan Keunggulan Kompetitif*. Jurnal Kompak.
- Kotler, Amstrong. 2016. *Principles of Marketing Sixteenth Edition Global Edition*. England. Pearson Education Limited.
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane. 2016. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 12. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, dan Keller. 2017. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 12. Jakarta: Erlangga.
- Lea-Greenwood, Gaynor. 2012. *Fashion Marketing Communications E- book*. Somerset, NJ, USA: Wiley.
- Luh Gede Permata Sari Dewi (2020) The Effect of Brand Ambassador, Brand Image, and Brand Awareness on Purchase Decision of Pantene Shampoo in Surabaya, Indonesia.

- Natasya Putri Andini (2014) Pengaruh Viral Marketing Terhadap Kepercayaan Pelanggan Dan Keputusan Pembelian (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Angkatan 2013 Yang Melakukan Pembelian Online Melalui Media Sosial Instagram).
- Nuraini, P. 2015. Pengaruh Kredibilitas Brand Ambassador Band Noah Dalam Iklan Vaseline Men Terhadap Keputusan Membeli Produk. Banten: Universitas Sultan Agung Tirtajaya.
- Ollie. 2008. *Membuat Toko Online dengan Multiply*. Jakarta: Media Kita.
- Prety Diawati (2021) Pengaruh brand ambassador dan viral marketing terhadap proses keputusan pembelian pada konsumen marketplace.
- Royan, Frans M. 2014. Marketing Celebrities. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Retno, Susilowati. 2019. *Pengaruh Viral Marketing Terhadap Kepercayaan Konsumen Dan Dampaknya Pada Keputusan Pembelian (Survei Online pada Konsumen King Mango yang Merupakan Followers Akun Instagram @Kingmangosurabaya)*. Jurnal Administrasi Bisnis.
- Riduwan. 2016. *Skala Pengukuran Variabel-variabel Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Royan, Frans M. (2014). Marketing Celebritis. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- Shimp*, Terence. 2014. Komunikasi Pemasaran Terpadu dalam periklanan dan Promosi. Jakarta: Salemba Empat.
- Schiffman*, Leon dan Leslie Lazar *Kanuk*. 2008. Perilaku Konsumen. Jakarta: PT. Indeks.
- Singarimbun, Masri dan Sofian Effendi, 2018. *Metode Penelitian Survei*, Jakarta: LP3ES.
- Sugiyono. 2018. Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta.