

DAFTAR PUSTAKA

n.d.

In *Al-qur'an dan Terjemahannya*, 17:27. Jakarta: Departemen Agama RI, 2021.

In *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, 2:31. Jakarta: Departemen Agama RI, 2021.

In *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, 2:168. Jakarta: Departemen Agama RI, 2021.

In *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, 33:33. Jakarta: Departemen Agama RI, 2021.

Ariyan, Hendi. "Pengaruh Brand Awareness dan Kepercayaan Konsumen atas Merek Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Minuman Aqua di Kota Padang." *Jurnal Manajemen 2 (01)*, 2013: 56.

Darmadi durianto, Sugiarto, Lie joko Budiman. "Brand equity ten : Strategi Memimpin Pasar." In *Brand equity ten : Strategi Memimpin Pasar*, by Sugiarto, Lie joko Budiman Darmadi durianto, 6. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2004.

Dita Olivia Nurhayati Rachmat, Maya Ariyanti, Dinda Amanda Zuliestiana. "Pengaruh Celebrity Endorser di Media Sosial Instagram dalam Promosi Produk Hijab terhadap Minat Beli Konsumen ." *eProceedings of Management 3 (3)*, 2016: 20.

Fadhilah, Arif. "Pengaruh Kesadaran Merek, Asosiasi Merek, Persepsi Kualitas dan Loyalitas Merek Terhadap Proses Pengambilan Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha V-ixion." *Jurnal MIX, Volume VI, No. 2*, 2015: 193.

Fatmayanti, susy Raih Nur and Yoestini. "Analisi Iklan dan Endorser terhadap pembentukan Brand Awareness serta dampaknya pada keputusan pembelian produk kecap manis abc." *Undergraduate Thesis, Fakultas Ekonomi dan Bisnis*, 2012: 15.

Filincia Sharon, Ledy Meilinda, Serli Wijaya, Vivo Iskandar. "Pengaruh Karakteristik Celebrity Endorser Melalui Mediaa Sosial Instagram Terhadap Minat Beli Konsumen Pada restoran di Surabaya." *Universitas Kristen Petra*, 2018.

Hansudoh, Steven Agustinus. "Pengaruh Celebrity Endorsment Terhadap Purchase Intention Melalui Perceived Value pada prodok top coffee di Surabaya." *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen 1 (5)*, 2012: 77.

Kevin, Kotler Philip dan Lanekeller. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT Erlangga , 2012.

Komasiana. *Pemanfaatan Media Sosial Instagram sebagai Sarana Pemasaran*. July 19, 2018.
<https://www.kompasiana.com/habib31079300/5b50a860ab12ae6a3632a722/p>

emanfaatan-media-sosial-instagram-sebagai-sarana-pemasaran?page=all (accessed 01 30, 2021).

- Lilik Suprpti, Idris. "Analisis Pengaruh Brand Awareness, Perceived Value, Organizational, Association, dan Perceived Quality Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen." *Universitas Diponegoro*, 2010.
- Meatry Kurniasari, Agung Budiarmo. " Pengaruh Social Media Marketing, Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian dengan Minat Beli sebagai Variabel Intervening pada J.CO Donuts & Coffee Semarang ." *Vol 7, No 3*, 2018: 40.
- Mubarok, Dadan Abdul Aziz. "Pengaruh Celebrity Endorsement terhadap Minat Beli Konsumen." *Vol. 15, No. 3.*, 2016: 67.
- Munyau, Peary K, Fred M.M. "The Influence of customer loyalty on celebrity endorser choice Decision Marketing: An Explonatory survey of customer of selected celebrity Endorser Product in Kenya." *E-Jurnal Manajemen Unud, Vol 7, No. 10*, 2018: 78.
- Naura, Baby. "Brand Awareness, Brand Image, Celebrity Endorser Cinta Laura di Instagram dan Minat beli." *Universitas Sebelas Maret*, 2020.
- Pratnyawan, Agung. *Pengguna Facebook dan Instagram di Indonesia Nomor 4 Terbesar di Dunia*. June 19, 2019.
<https://www.google.com/amp/a/amp.suara.com/tekno/2019/06/19/133252/pengguna-instagram-dan-facebook-indonesia-terbesar-ke-4-di-dunia>.
- Rahmita, Dian Ayu. "Pengaruh Celebrity Endorser Terhadap Niat Beli Konsumen." *Univeristas Muhammadiyah Surakarta*, 2020.
- Redcomm. *Pengertian Brand Awareness dan Manfaatnya Bagi Pemilik Usaha*. n.d.
<https://www.redcomm.co.id/knowledges/pengertian-brand-awareness-dan-manfaatnya-bagi-pemilik-usaha> (accessed 01 30, 2021).
- Syafitri, Putri Eka. "Pengaruh Celebrity Endorsment terhadap Minat Beli Pengguna Sosial Media Instagram Pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Makassar." *Universitas Muhammadiyah Makassar*, 2019.
- By Al-Qur'an dan terjemahannya, 2:195. Jakarta: Departemen Agama RI , 2021.
- "The Influence of customer loyalty on celebrity endorser choice Decision Marketing: An Explonatory survey of customer of selected celebrity Endorser Product in Kenya." n.d.