

DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, A. S. J. J. E. D. (2021). Pengaruh Lokasi, Harga dan Promosi Terhadap Minat Beli Konsumen pada Kopi Ketje Lampung. *4*(1), 41-49.
- Andrianto, B., Zaini, O. K., & Ramdani, S. H. J. J. O. M. B. M. (2019). Lokasi Salah Satu Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Produk pada Torii Resto. *4*(4).
- Arief, G. M., & Millanyani, H. J. e. o. M. (2015). Pengaruh Social Media Marketing Melalui Instagram terhadap Minat Beli Konsumen Sugar Tribe. *2*(3).
- Asbari, M., Purwanto, A., & Santoso, P. B. J. J. P. J. F. E. U. M. P. (2020). Pengaruh Iklim Organisasi dan Kepemimpinan Transformasional terhadap Produktivitas Kerja Inovatif Pada Industri Manufaktur di Pati Jawa Tengah. *7*(1).
- Cholifah, N., & Hidayat, K. J. J. A. B. (2016). Pengaruh Celebrity Endorser terhadap Brand Image (Survei pada Konsumen Kosmetik Wardah di Counter Wardah Kota Malang). *36*(1), 170-177.
- Darmawan, R. (2020). *Pengaruh Celebrity Endorsement terhadap Pembelian Produk Mie Sedap Korean Spicy Chicken pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta Angkatan Tahun 2016/2017*. Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Dewa, C. B. J. J. M. (2018). Pengaruh Celebrity Endorser terhadap Keputusan Pembelian Wisatawan Yogyakarta pada Produk Oleh-oleh Jogja Scrummy. *8*(1), 1-9.
- Dhaefina, Z., Pirmansyah, P., & Sanjaya, V. F. J. J. M. (2021). Pengaruh Celebrity Endorsement, Brand Image, Dan Testimoni terhadap Minat Beli Konsumen Produk Mie Instan Lemonilo pada Media Sosial Instagram. *1*(1), 43-48.
- Fu'ad, E. N. J. M. E. D. M. (2016). Pengaruh Pemilihan Lokasi terhadap Kesuksesan Usaha Berskala Mikro/Kecil di Komplek Shopping Centre Jepara. *30*(1).
- Fure, H. J. J. E. J. R. E., Manajemen, Bisnis dan Akuntansi. (2013). Lokasi, Keberagaman Produk, Harga, dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya terhadap Minat Beli pada Pasar Tradisional Bersehati Calaca. *1*(3).

- Idrus, H. J. S. (2019). Pengaruh Promosi dan Pemilihan Lokasi terhadap Minat Beli Konsumen (Survey Pada Pelanggan Indomaret di Kota Gorontalo). *I*(931414153).
- Indarto, I., & Santoso, D. J. J. R. E. d. B. (2020). Karakteristik Wirausaha, Karakteristik Usaha dan Lingkungan Usaha Penentu Kesuksesan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah. *13*(1), 54-69.
- Indaryadi, A. I. K. (2020). *Pengaruh Celebrity Endorser, Brand Image, Brand Loyalty, dan Perceived Quality terhadap Minat Beli Konsumen dan Dampaknya terhadap Intensi Rekomendasi Merek Sepatu Compass*. STIE YKPN,
- Indika, D. R., & Jovita, C. J. J. B. T. (2017). Media Sosial Instagram Sebagai Sarana Promosi untuk Meningkatkan Minat Beli Konsumen. *1*(01), 25-32.
- Kasenda, R. J. J. E. J. R. E., Manajemen, Bisnis dan Akuntansi. (2013). Kompensasi dan Motivasi Pengaruhnya terhadap Kinerja Karyawan pada PT. Bangun Wenang Beverages Company Manado. *1*(3).
- Kodu, S. J. J. E. J. R. E., Manajemen, Bisnis dan Akuntansi. (2013). Harga, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya terhadap Keputusan Pembelian Mobil Toyota Avanza. *1*(3).
- Kosasi, S. J. J. V. (2016). Perancangan Sistem Informasi Pemasaran Online untuk Memperluas Segmentasi Pasar Properti. *5*(2).
- Lasander, C. J. J. E. J. R. E., Manajemen, Bisnis dan Akuntansi. (2013). Citra Merek, Kualitas Produk, dan Promosi Pengaruhnya terhadap Kepuasan Konsumen pada Makanan Tradisional. *1*(3).
- Mandey, J. B. J. J. E. J. R. E., Manajemen, Bisnis dan Akuntansi. (2013). Promosi, distribusi, harga pengaruhnya terhadap keputusan pembelian Rokok Surya Promild. *1*(4).
- Marselina, D., & Siregar, E. H. J. J. M. d. O. (2017). Pengaruh Celebrity Endorser terhadap Brand Image pada Kosmetik Wardah di Bogor. *8*(1), 15-27.
- Marunduri, F. F., Ato'illah, M., & Jariah, A. J. J. J. o. O. (2019). Analisis Pengaruh Persepsi Harga dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Produk Consina di Kabupaten Lumajang. *1*(4), 29-33.

- Mubarok, D. A. A. J. E.-J. S. I. (2016). Pengaruh Celebrity Endorsement terhadap Minat Beli Konsumen. *15*(3), 1-16.
- Munadi, C., & Ibrahim, M. (2017). *Pengaruh Pemilihan Lokasi Terhadap Minat Konsumen Membeli Perumahan (Pada Perumahan Arengka Resident Pekanbaru)*. Riau University,
- Nainggolan, B. M. J. S. e. (2015). *The Application Of Logistic Regression To Find The Factors That Influence Brand Loyalty On Fast-Food Restaurant Case Study: Kfc, Cfc And Mc Donald*. *10*(2).
- Nuritha, I., Bukhori, S., & Eka, W. (2013). Identifikasi Pengaruh Lokasi Usaha terhadap Tingkat Keberhasilan Usaha Minimarket Waralaba di Kabupaten Jember dengan Sistem Informasi Geografis.
- Olivia, S. (2021). Pengaruh Promosi (Endorse) Selebgram terhadap Minat Beli Konsumen di Era Digital.
- Permatasari, B. J. T. I. J. o. B. (2019). Pengaruh Daya Tarik, Kepercayaan, dan Keahlian Celebrity Endorser terhadap Keputusan Pembelian. *2*(2), 76-81.
- Prabowo, Y. W. J. J. A. B. (2014). Pengaruh Celebrity Endorser terhadap Minat Beli (Survei Pada Pengunjung 3second Store Di Jalan Soekarno Hatta Malang). *14*(2).
- Pratiwi, A. L. (2016). Pengaruh Penggunaan Celebrity Endorser terhadap Minat Beli Pengguna Media Sosial Instagram (Studi pada Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi). Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar,
- Putri. (2016). Pengaruh Media Sosial terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Cherie melalui Minat Beli. *1*(5), 594-603.
- Putri. (2020). Pengaruh *Word Of Mouth* dan Bauran Promosi terhadap Minat Beli Konsumen dan Dampaknya pada Keputusan Pembelian di Wisata Kuliner Arumdalu. Stie Mahardhika,
- Restanti, F. A., Kusumawati, A., & Rahma Devita, L. D. J. J. A. B. (2019). Pengaruh Celebrity Endorser dan Electronic Word of Mouth Terhadap Minat Beli dan Dampaknya terhadap Keputusan Pembelian (Survei pada Konsumen Zoya Fashion dan Hijab). *68*(1), 28-37.

- Rifa'i, M., Suprihatin, S., & Agustim, W. J. J.-M. J. o. M. (2019). Kompetensi Wirausaha, Pembinaan, Serta Lokasi Usaha Pengaruhnya terhadap Kesuksesan Berwirausaha Bagi Pelaku Usaha Skala Mikro. 2(2), 159-173.
- Rondonuwu, G., Kelles, D., & Tamengkel, L. F. J. J. A. B. (2016). Pengaruh Lokasi Usaha terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Kasus Pasar Swalayan Borobudur Manado). 4(4).
- Rustiadi, E. (2018). *Perencanaan dan Pengembangan Wilayah: Yayasan Pustaka Obor Indonesia*.
- Saidani, B., & Arifin, S. J. J.-J. R. M. S. I. (2012). Pengaruh kualitas Produk dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Konsumen dan Minat Beli pada Ranch Market. 3(1), 1-22.
- Satria, A. A. J. J. M. D. S.-U. B. (2017). Pengaruh Harga, Promosi, dan Kualitas Produk terhadap Minat Beli Konsumen pada Perusahaan A-36. 2(1), 45-53.
- Savitri, N. W. J. E.-J. M. (2017). Pengaruh Celebrity Endorser dan Iklan Melalui Media Televisi terhadap Minat Beli Pada Tokopedia di Denpasar. 6(8), 4214-4239.
- Silaningsih, E., & Utami, P. J. J. S. H. (2018). Pengaruh Marketing Mix terhadap Minat Beli Konsumen pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah (Umkm) Produk Olahan Makanan Ringan. 9(2), 144-158.
- Sinaga, R. E. M., & Kusumawati, A. J. J. A. B. (2018). Pengaruh Youtube Beauty Vlogger terhadap Minat Beli Konsumen dan Dampaknya terhadap Keputusan Pembelian Produk (studi pada pengguna kosmetik maybelline di indonesia). 63(1), 187-196.
- Sitepu, B., & Nathasya, S. (2017). Pengaruh Faktor Internal terhadap Keberhasilan Start-Up Bisnis di Kota Surabaya.
- Sugiono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

- Suhardi, D., & Irmayanti, R. J. J. I. B. d. M. (2019). Pengaruh Celebrity Endorser, Citra Merek, dan Kepercayaan Merek Terhadap Minat Beli Konsumen. *3*(1), 53-62.
- Suryani, I. J. J. k. (2014). Pemanfaatan Media Sosial sebagai Media Pemasaran Produk dan Potensi Indonesia dalam Upaya Mendukung ASEAN Community 2015.(Studi Social Media Marketing Pada Twitter Kemenparekraf RI dan Facebook Disparbud Provinsi Jawa Barat). *8*(2), 123-138.
- Susanti, F. (2018). Faktor Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Pada E-Commerce Lazada. co. id (Studi Pada Mahasiswa Jurusan S1 Manajemen “STIE KBP” Padang).
- Wahyudi, N. J. E. (2014). Analisis Faktor-Faktor Pemilihan Lokasi Usaha terhadap Kesuksesan Usaha Jasa Mikro Di Kecamatan Sungai Kunjang. *3*(3), 136-143.
- Weenas, J. R. J. J. E. J. R. E., Manajemen, Bisnis dan Akuntansi. (2013). Kualitas Produk, Harga, Promosi dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya terhadap Keputusan Pembelian Spring Bed Comforta. *1*(4).
- Widyaningrum, N. A. J. U. C. S. (2017). Dampak Bauran Pemasaran terhadap Minat Beli Konsumen pada Produk Crispy Rice Crackers. *1*, 634-641.