

## DAFTAR PUSTAKA

- Alma B, 2016. *Manajemen Pemasaran dan Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Arfah Y, 2022. *Keputusan Pembelian Produk*. Tebing Tinggi: PT. Inovasi Pratama Indonesia.
- Berger J, 2013. *Contagious: How to Build Word of Mouth in the Digital Age*. Simon dan Schuser.
- Fauzi A A, Sijabat YP, 2023. Pengaruh Harga Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen TikTok Shop di Kota Magelang. *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis dan Ekonomi Kreatif*, 2(1), 51-62.
- Ghozali, 2016. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gunawan D, 2022. *Keputusan Pembelian Konsumen Marketplace Shopee Berbasis Sosial Media Marketing*. Tebing Tinggi: PT.Inovasi Pratama Indonesia.
- Kotler P, Armstrong G, (2013,2016). *Principles of Marketing*. United States: Pearson.
- Kusnato D, et al, 2020. Pengaruh Trust Dan E-Service Quality Terhadap Keputusan Pembelian Pada Online Shop Shopee Di Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Singaperbangsa Karawang. *Jurnal Economent Global*, 5(1), 40-47.
- Malau H, 2017. *Manajemen Pemasaran*. Bandung: Alfabeta.
- Marsya M, et al, 2019. Daya Tarik Testimonial di Sosial Media dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian. *Journal of Economic, Bussines and Accounting (COSTING)*, 3(1), 8-14.
- Polla F C, et al, 2018. Analisi Pengaruh Harga, Promosi, Lokasi dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian pada PT. Indomaret Manado Unit Jalan Sea. *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 6(4).
- Putri A, et al, 2022. Analisi Pengaruh Brand Ambassador, Promosi, dan Testimoni terhadap Keputusan Pembelian di Tengah Pandemi Covid-19 (Studi Kasus pada Mahasiswa Provinsi Kepulauan Bangka Belitung Pengguna E-Commerce TOKOPEDIA.COM). *Jurnal Progresif Manajemen Bisnis*, 9(2), Hal 37-43.
- Rosaria, et al, 2020. Pengaruh Celebrity Endorser, Testimoni, Kualitas Pelayanan Terhadap Promosi Konsumen di Instagram. *Economic Education and Enterpreneursip Journal (2020) 3 (2): 1-8 p-ISSN: 2579-5902 e-ISSN: 2775-2607*, 3(2), 51-58.
- Sagala NG, 2021. *Pengaruh Testimoni dan Selebgram Endorsment Terhadap Minat Pembelian Produk Fashion di Media Sosial Instagram (Studi Mahasiswa FKIP Ekonomi Hkbp Nomensen)* (Doctoral dissertation, Universitas Medan Area).
- Schiffman LG, 2014. *Customer Behavior*. United States: Pearson.
- Sembada, IV, et al, 2022. Pengaruh Promosi dan Testimoni terhadap Minat Beli Produk Lyfira Hijab Dimediasi oleh kepercayaan. *EKOMABIS: Jurnal EkonomiManajemen Bisnis*, 3(01), Hal 21-30.
- Sriyanto A, 2019. Pengaruh brand ambassador, minat beli, dan testimoni terhadap keputusan pembelian (studi pada situs jual beli online shop shopee Indonesia di Universitas Budi Luhur periode februari-april 2018). *Jurnal Ekonomika Dan Manajemen*, 8(1), Hal 21-34.
- Subero A, et a, 2023. Pengaruh celebrity endorse, testimoni transaksi, desain website, promosi online, testimoni dan keamanan terhadap keputusan pembelian konsumen shopee di kalangan mahasiswa. *Insight Manajemen Journal*, 3(3), 239-251.
- Sugiyono, (2015,2016, 2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R dan D*. Bandung: Alfabeta.

- Sulistiyawati BS, et al, 2023. Pengaruh Persepsi Harga dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian: Studi Kasus Konsumen Wardah Cosmetic Surakarta. *JAMBURA: Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, 6(2), Hal 770-778.
- Swastha B, Handoko, 2010. *Manajemen Pemasaran Analisis Perilaku Konsumen*. BPFE: Yogyakarta.
- Walukow AL, et al, 2014. Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis, dan Akuntansi*, EMBA Vol.2 No.3 September 2014, Hal. 1737-1749.

