

## DAFTAR PUSTAKA

- Alwin, Usman, *Psikologis Konsumen*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2016.
- Aziz , Dadan Abdul, “Pengaruh Celebrity Endorsment Terhadap Minat Beli Konsumen”, *Jurnal Indonesia Membangun. Vol. 15, No. 3, 2016.*
- Charles, Joseph, Carl McDaniel, *Pemasaran* Jakarta: Salemba Empat 2001.
- Dapertemen Pendidikan dan Kebudayaan, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Jakarta: Balai Pustaka: 1991
- Dian, Feni, “Pengaruh Testimoni Dalam Periklanan”, *Manajerial, Vol. 15 No. 1 2016*
- Dimiyati, Johny, *Metodologi Penelitian Pendidikan dan Aplikasinya pada Pendidikan Anak Usia Dini (PAUD)*, Jakarta: Kencana Prenada Media Grup, 2013.
- Dwiastuti, Rini, *Metode Penelitian Sosial Ekonomi Pertanian: Dilengkapi Pengenalan Berbagai Perspektif Pendekatan Metode Penelitian*, Malang: UB Pres, 2017.
- Geraldine, Gaby dan Diah Ayu Candaningrum, “Pengaruh Kredibilitas Brand Ambassador Non-Celebrity Analisa Widyaningrum terhadap Keputusan Pembelian Hijabenka”, *Prologia Vol. 4, No. 1, Maret 2020, Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Tarumanegara.*
- Gulo, W. *Metodologi Penelitian*, Jakarta: Gramedia Widiasarana Indonesia, 2002.

<http://specs.id/about-us>, diakses pada tanggal 15 januari 2022, pukul: 12.28 WIB.

<http://www.scg.web.id/2014/05/pengertian-testimoni/yang/dimaksud.html?m=1>, diakses pada tanggal 15 februari 2021, pukul: 21.28 WIB.

Jaiz, Muhammad, *Dasar-Dasar Periklanan*, Yogyakarta: Graha ilmu 2014.

Kertamukti, Rama *Strategi Kreatif dalam Periklanan*, Jakarta: PT. RajagrafindoPersada, 2015.

Kotler, Philip dan Gary Armstrong, “Prinsip-Prinsip Pemasaran” edisi 12 jilid 1, Jakarta: Airlangga, 2008.

Lili, dan Doni, *Manajemen Komunikasi dan Pemasaran*, Bandung: Alfabeta, 2017.

Martono, Nanang *Metode Penelitian Kuantitatif*, Jakarta: PT. Raja Grafindo, 2012

Morrison, *Periklanan: Komunikasi Periklanan Terpadu*, Jakarta: Kencana, 2012.

Muzdalifah, Laily dan Hilmiatul Ilmiah, “Pengaruh Testimoni dan Daya Tarik Instagram Terhadap Keputusan Pembelian”, *Greenomika* Vol. 2, No. 2, 2020.

Narbuko, Cholid dan Abu Achmadi, *Metode Penelitian*, Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2012

Nasehudin, Toto Syatori dan Nanang Gozali, *Metode Penelitian Kuantitatif*, Bandung: CV. Pustaka Media, 2012.

Nisfiannoor , Muhammad, *Pendekatan Statistika Modern untuk Ilmu Sosial*, Jakarta: Salemba Humanika, 2009

- Nuraeni, Puti, “Pengaruh Brand Ambassador Band Noah Dalam Iklan Vaseline men Terhadap Keputusan Membeli Produk”, Fakultas Ilmu sosial dan Ilmu Politik Universitas Sultan Ageng Tirtayasa, 2015.
- Partao, Zainal Abidin *Testimonial: ketika pelanggan Anda Menjadi Ujung Tombak Tenaga Marketing & Penjualan Yang Paling Militan*, 1
- Prastyanti, Gita, “pengaruh penggunaan celembram (*Celebrity Endorser Instagram*) Terhadap Niat Beli Konsumen Secara Online Pada Sosial Media Instagram”, Bandar Lampung: Universitas Lampung, 2017.
- Pratisto, Arif, *Statistik Menjadi Mudah Dengan SPSS 17*, Yogyakarta: PT Elek Media Komputerindo, 2002.
- Priansa, Donni Juni, *Perilaku Konsumen Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*, Bandung: Alfabeta, 2017.
- Putra, Algamar “Pengaruh Iklan dan Kepercayaan Merek Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Pada Texas Chiken Pekanbaru)”, *Jurnal Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Vol. 4 No. 1* Pekanbaru: 2017.
- Putra, M. Ikhsan, Suharyono, dan Yusri Abdilah, “Pengaruh Brand Ambassador Terhadap Bran Image Serta Dampaknya Terhadap Keputusan Pembelian”, jurnal Adminitrasi Bisnis (JAB) Vol. 12 No. 1 Juli 2014.
- Putra, Muhammad Ikhsan dkk, Pengaruh Brand Ambassador Terhadap Brand Image Dampaknya terhadap Keputusan Pembelian, *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, Vol. 12, No. 1, Juli 2014, Hal. 4.
- Rahima, Phyita, “Pengaruh Celebrity Endorse Di Media Sosial Instagram Dalam Promosi Produk Hijap Terhadap

- Minat Beli Konsumen”, Seminar Nasioanal dan Call for Paper, Manajemen, Akuntansi dan Perbankan 2018, 55
- Ratih, Mega, “Pengaruh Iklan Testimoni Terhadap Keputusan Pembelian “. *Prosiding Manajemen*, 275-276
- Rekaarti, Endi dan Lilis Hertina, “Beberapa Faktor Yang Berpengaruh Terhadap Minat Beli Pada Situs Jual Beli Tokobagus.com”, *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Sosial*, Jilid 2, No.3, (2014), 312
- Saidani, Basarah dan Samsul Arifin, “ Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen dan Minat Beli Pada Ranch Market”, *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMIS)*, Vol. 3, No. 1, 2012
- Samosir, Ligia Stephani, Yuliani Rachma Putri, dan Sylvie Nurfebriani, “Pengaruh Penggunaan Brand Ambassador Dewi Sandra Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah Di Kota Bandung”, *Jurnal Socioteknologi*, Vol. 15, No. 2, Agustus 2016.
- Setawati, Sabrina, “Pengaruh Produk Testimonial Produk Pakaian Terhadap Tindakan Membeli Secara Online”, *Skripsi* Serang: Universitas Sultan Ageng Tirtayasa, 2015), 79
- Sugiyono, *Metode Penelitian kuantitatif, kualitatif dan R & D*, Bandung: CV Alfabeta, 2014.
- ....., *Metode Penelitian Bisnis*, (Bandung, Alfabeta, 2004
- Suharyadi dan Purwanto, *Statistika Untuk Ekonomi dan Keuangan Modern*, Jakarta: Salemba Empat, 2013.

- Sujarweni, V Wiratna *SPSS Untuk Penelitian*, Yogyakarta: Pustaka Baru, 2014
- Supriyono, *Kepercayaan dan Minat Beli di Sub Forum Jual Beli*, Jurnal Riset Ekonomi & Bisnis Vol.10, No.. 2, Surabaya:2010.
- Suyatno, M, *Strategi Perancangan Iklan Kelas Dunia*, (CV. Andi Offset, 2006), 146
- Swasta, Basu dan Irawan, manajemen pemasaran modern, Yogyakarta: Liberty, 2008.
- Tim Penyusun, *Modul Praktikum Metode riset Untuk Bisnis dan Manajemen Program Studi Manajemen S1 Fakultas Bisnis Dan Manajemen, ...*,
- Toto Syatori Nasehudin, Nanang Ghozali, *Metode Penelitian Kuantitatif*, Bandung: CV Pustaka Setiam, 2012.
- Wibowo, Manajemen kerja, Edisi kedua, Jakarta: Rajawali pers, 2014.
- Wikrama Tungga, Ananta, dkk, *Metodologi Penelitian Bisnis*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2014.
- Yulianto, Nur Achmad Budi, dkk, *Metodologi Penelitian Bisnis*, Malang: Polinela Press, 2018.  
:....., *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Kombinasi (Mixed Mehods)*, Bandung: Alfabeta, 2013.