

## DAFTAR PUSTAKA

- Astuti, S. M. K., Lukitaningsih, A., & Hatmanti, L. T. (2021). Analisis Pengaruh Celebrity Endorse, Beauty Vlogger, Word Of Mouth, Dan Brand Image Terhadap Minat Beli Produk Emina. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 9(1), 53–62. <https://doi.org/10.37641/jimkes.v9i1.439>
- Astasari, M. O., & Sudarwanto, T. (2021). Pengaruh Viral Marketing dan Kepercayaan Konsumen terhadap Minat Beli Konsumen. *Jurnal Manajemen*, 13(2), 1–3.
- Eryani Sri Handayani. (2023). Pengaruh Selebriti Endorser, Desain Produk Dan Gaya Hidup Terhadap Minat Beli Produk Zoya. *Score : Jurnal Lentera Manajemen Pemasaran*. Vol 01(01), 1 –10. <https://lenteranusa.id/>
- Fitri, T. A., & Syaefulloh, S. (2023). Pengaruh Influencer Marketing Dan Viral Marketing Terhadap Purchase Intention Melalui Online Customer Review pada Fashion Terkini di Tiktok Shop. *Al Qalam: Jurnal Ilmiah Keagamaan Dan Kemasyarakatan*, 17(6), 3946. <https://doi.org/10.35931/aq.v17i6.2821>
- Izzati, M., & Kuswanto, H. (2019). Pengaruh Model Pembelajaran Blanded Learning berbantuan Kahoot terhadap Motivasi dan Kemandirian Siswa. *EDUMATIC: Jurnal Pendidikan Informatika*, 3(2), 65–75. <https://doi.org/10.29408/edumatic.v3i2.1656>
- Joewono, C., Marchelin, & Regina. (2019). Pengaruh Karakteristik Selebriti Endorser @Anakjajan Terhadap Minat Beli Pengikut Di Instagram. *Jurnal Hospitality Dan Manajemen Jasa*, 41–50.
- Katiandagho, N. J., & Syarif Hidayatullah. (2023). Pengaruh Viral Marketing, Celebrity Endorser, Harga, dan Service Quality Terhadap Keputusan Pembelian Pengguna TikTok Shop. *Sains Manajemen*, 9(1), 13–27. <https://doi.org/10.30656/sm.v9i1.5886>
- Mangiò, F., & Di Domenico, G. (2022). All that glitters is not real affiliation: How to handle affiliate marketing programs in the era of falsity. *Business Horizons*, 65(6), 765–776. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2022.07.001>
- Mubarok, D. A. A. (2016). Pengaruh Celebrity Endorsement Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Pada Konsumen Mahasiswa Kelas Reguler Sore STIE INABA Bandung). *Jurnal Indonesia Membangun*, 3(1), 61–76.

- Mubarok, D. A. A. (2016). Pengaruh Celebrity Endorsement Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Pada Konsumen Mahasiswa Kelas Reguler Sore STIE INABA Bandung). *Jurnal Indonesia Membangun*, 3(1), 61–76.
- Mutia, A., Muniroh, L., & Hanifan, M. Z. (2023). Pengaruh Celebrity Endorse dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Produk Skincare The Body Shop Mall Botani Square Bogor. *Indonesian Journal of Innovation Multidisipliner Research*, 1, 295–304.
- Nia, M. (2019). *Pengaruh Desain Produk, Viral Marketing Dan Endorsement Terhadap Minat Beli Produk Geoff Max (Studi Kasus pada Masyarakat Kota Malang)*. *Jurnal Riset Manajemen*. 13–24.
- Prabowo, A. J., & Harsoyo, T. D. (2023). Pengaruh Viral Marketing, Digital Marketing Dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Produk Es Teh Indonesia. *Citaconomia: Economic and Business Studies*, 2(2), 60–80. <https://www.e-journal.citakonsultindo.or.id/index.php/CITACONOMIA/article/view/406%0Ahttps://>
- Prayogo, A., dkk. (2023). Pengaruh Brand Image, Viral Marketing dan Brand Awareness Terhadap Minat Beli Konsumen. *Jurnal Ilmu Manajemen*. Vol 1(4), 754–763. <https://greenpub.org/JIM/article/view/116%0Ahttps://greenpub.org/JIM/article/download/116/103>
- Rawi, A. A., & Aryani, L. (2023). Analisis Pengaruh Brand Image, Brand Trust Dan Viral Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sepatu “Converse” (Studi Kasus Remaja Di Daerah Cinere). *Journal of Young Entrepreneurs*, 2(2), 63–77. <https://ejournal.upnvj.ac.id/index.php/jye>
- Riska Dinda Anissa, O., & Tobing, R. P. (2022). PENGARUH PRODUCT REVIEW DAN VIRAL MARKETING TERHADAP PURCHASE INTENTION PRODUK SKINCARE MEREK LOKAL INDONESIA (Studi Kasus Pada Pengguna Aplikasi Media Sosial TikTok). *Online) Journal of Educational and Language Research*, 2(1), 2807–2937. <http://bajangjournal.com/index.php/JOEL>
- Streaming, L., Tarik, D., Murah, H., Belanja, A., Langsung, S., Tarik, D., Rendah, H., Jaminan, K. P., Pembelian, N., & Live, T. (2022). *Mendorong Niat Beli dalam Live Streaming TikTok : Peran Atribut Belanja Streaming*
- Yudha, F., & Anindita, P. K. (2022). Pengaruh Celebrity Endorser , Viral Marketing dan Brand Trust terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Ventela Abstrak. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 5(c), 307–318