

DAFTAR PUSTAKA

- Antony, Richard & Oktaviani, R. (2020). Pengaruh Kredibilitas Komunikator Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Terhadap Produk AHHA Atta Halilintar). *Jurnal Prologia*, Vol. 4 No 1.
- Dewi, Putu Arina Indah Puspita & Purnami, Ni Made. (2019). Peran Brand Image Memediasi Pengaruh Kredibilitas Celebrity Endorser terhadap Brand Loyalty. *E Jurnal Manajemen Volume 8 No 8*.
- Fathiyah, Rahma Nur & Rina, Nofha. (2019). Pengaruh Kredibilitas Youtuber Terhadap Sikap Penonton Pada Channel Youtube Atta Halilintar. *Acta Diurna Volume 15 No 2*
- Firmansyah, M. Anang. (2020). *Komunikasi Pemasaran*. Jawa Timur: Cv Qiqrq Media.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Kriyantono, R. (2020). *Teknik praktis riset komunikasi kuantitatif dan kualitatif disertai contoh praktis Skripsi, Tesis, dan Disertai Riset Media, Public Relations, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran*. Rawamangun: Prenadamedia Group.
- Lengkawati, A. S. (2021). Pengaruh Influencer marketing terhadap keputusan pembelian (Studi pada Elzata Hijab Garut). *Prismakom*, Vol. 18 No.1.
- Malhotra, N. K., & Dash, S. (2016). *Marketing Research: An Applied Orientation*. Uttar Pradesh: Pearson India Education Services.
- Morissan. (2013). *Teori Komunikasi Individu Hingga Massa*. Jakarta: Kencana Prenada Media Grup
- Paramitha, Nadya Aufa, dkk. (2018). Pengaruh Kredibilitass Beauty Influencer Nanda Arsyinta Terhadap Kepercayaan Konsumen Dari Produk Kecantikan Pada Remaja. *Journal Of Communication Sciences (JCoS) Volume 1 No 2*
- Priansa, D. J. (2017). *Perilaku Konsumen dalam Bisnis Kontemporer*. Bandung: Alfabeta.
- Priyatna, S. E. (2020). *Analisis Statistik Sosial: Rangkaian Penelitian Kuantitatif Menggunakan SPSS*. Yayasan Kita Menulis.
- Sallam, M.A.A & Wahid, N.A. (2012). Endorser Credibility Effects on Yemeni Male Consumer's Attitudes towards Advertising, Brand Attitude and Purchase Intention: The Mediating Role of Attitude toward Brand. *International Business Research*. Vol. 5, No. 4
- Salamah, ummu & Muhibban, Akmal. (2015). Pengaruh Kredibilitas Komunikator Dalam Sosialisasi P4GN (Pencegahan, Pemberantasan, Penyalahgunaan,

dan Pengedaran Gelap Narkoba) Terhadap Sikap Anak. *Jurnal Komunikasi Volume 1 No 2*

- Saputra, A. (2016). Pengaruh Proses dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan MNC Play Media, *Jurnal Manajemen*, Vol.12 No. 2.
- Shimp, A., Terence. (2014). *Komunikasi Pemasaran Terpadu dalam periklanan dan Promosi*. Jakarta: Salemba Empat.
- Soemirat, Soleh & Elvino Ardianto. (2017). *Dasar-Dasar Public Relations*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Stevina, Elisabeth. (2015). Pengaruh brand identity terhadap purchase intention melalui trust di ud. Makin hasil Jember. *Jurnal manajemen pemasaran petra*, Vol. 3 No. 1, 1-8.
- Sugiharto, S.A. & M. R. Ramadhana. (2018). Pengaruh Kredibilitas Influencer terhadap Sikap pada Merek (Studi pada Mahasiswa Fakultas Komunikasi dan Bisnis Universitas Telkom). *Jurnal Ilmu Politik dan Komunikasi*, Vol 8 No 2.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suhardi, D. & Irma, R. (2019). Pengaruh celebrity endorser, citra merek dan kepercayaan merek terhadap minat beli konsumen. *Jurnal Inspirasi Bisnis dan Manajemen*, Vol. 3 No. 2.
- Tribun Style. (2022). Chef Juna Sukses Kolaborasi Bareng Holywings Setelah Ribut dengan Don Chino, Ingatkan Janji ini. <https://style.tribunnews.com/>
- Umami, N., Idulfilastri, R. M., & Kurniawati, M. (2021). Pengaruh Kredibilitas Selebriti Terhadap Minat Beli Produk Teh Siap Minum Pada Dewasa Awal. *Jurnal Muara Ilmu Sosial, Humaniora, Dan Seni*, 5(2), 521. <https://doi.org/10.24912/jmishumsen.v5i2.12880.2021>
- Zahra, R. R. & Rina, N. (2018). Pengaruh Celebrity Endorser Hamidah Rachmayanti Terhadap Keputusan Pembelian Produk Online. *Jurnal lontar*, Vol. 6 No. 1.

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A