

## DAFTAR LITERATUR

- Amiludin, T. (2019). *Advertisement Attitude Dan Brand Attitude Sebagai Determinan Minat Beli (Studi Kasus pada Distro iwearzule Bandung)* (Doctoral dissertation, Universitas Komputer Indonesia).
- Ariani, Y. P., & Sutopo, S. (2010). *Analisis pengaruh pandangan iklan, kredibilitas iklan, daya tarik iklan dan kekuatan iklan terhadap minat beli (Studi kasus terhadap pengguna sepeda motor matic merek Honda Vario di kota Semarang)* (Doctoral dissertation, Universitas Diponegoro).
- Arikunto, Suharsimi. (2010). *Prosedur Penelitian Suatu pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Assifah, A. F. (2021). *Pengaruh Ewom Dan Kualitas Informasi Terhadap Minat Beli Konsumen Di E-Commerce*.
- Bailia, J. F., Soegoto, A. S., & Loindong, S. S. R. (2014). Pengaruh kualitas produk, harga dan lokasi terhadap kepuasan konsumen pada warung-warung makan lamongan di kota Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 2(3).
- Daud, L. T. (2014). Pengaruh Efektivitas Self Assessment System terhadap Penerimaan Pajak Pertambahan Nilai (PPN) pada Kantor Pelayanan Pajak Pratama Kendari. *Jurnal Akuntansi*, 1(1).
- Diah Handayani, et.al. (2020). Penyakit Virus Corona 2019. *Jurnal Respirologi Indonesia*. Vol 40. No. 2, April 2020. Perhimpunan Dokter Paru Indonesia.
- Diky, T. B. (2021). Analisis Pengaruh Pelayanan, Fasilitas, Dan Kenyamanan Terhadap Minat Penumpang (Studi Kasus Pada KM. Kelimutu PT PELNI Tujuan Semarang–Sampit–Kumai–Karimun Jawa). *SKRIPSI*.
- Engel et al, (2012). *Perilaku Konsumen* (Terjemahan). Jilid I. Jakarta: Biarupa Aksara.
- Fadhillah, A. R., & Rosita, N. H. (2015). Pengaruh Brand Personality terhadap Purchase Intention dengan Brand Trust sebagai Variabel Mediasi (Studi pada Produk Running Shoes Merek Nike). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB Universitas Brawijaya*, 4(2).
- Faisal, I. (2018). Pengaruh Price Discount, Bonus Pack, Dan In-Store Display Terhadap Keputusan Impulse Buying Pada Giant Ekstra Banjar. *Jurnal Sains Manajemen dan Kewirausahaan*, 2(1), 51-60.
- Fitri, A. (2020). Pengaruh Penggunaan Media Sponges Dakon Pada Materi FPB dan KPK Terhadap Hasil Belajar Siswa Kelas IV SD. *Scholaria: Jurnal Pendidikan Dan Kebudayaan*, 10(2), 171-178.
- Galang, T. (2021). *Pengaruh Youtube Beauty Vlogger Terhadap Minat beli konsumen dan dampaknya Terhadap keputusan Pembelian produk (Studi pada viewers Youtube Wardah channel Suhay Salim)* (Doctoral dissertation, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Jakarta).

- Galang, T. (2021). *Pengaruh Youtube Beauty Vlogger Terhadap Minat beli konsumen dan dampaknya Terhadap keputusan Pembelian produk (Studi pada viewers Youtube Wardah channel Suhay Salim)* (Doctoral dissertation, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Jakarta).
- Gatot, a. K., & dwiyanto, B. M. (2013). *Analisis Pengaruh Promosi, Kualitas Produk Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Toyota Innova Di Nasmoco Semarang* (Doctoral dissertation, Fakultas Ekonomika dan Bisnis).
- Hargiyanto, F. (2017). *Pengaruh Visibility, Credibility, Attractiveness dan Power Celebrity Endorser terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Iklan Indomie Goreng Versi Al Ghazali sebagai Celebrity Endorser)* (Doctoral dissertation, Manajemen-FE).
- Herawati, H., & Muslikah, M. (2019). Pengaruh Promosi Dan Desain Kemasan Terhadap Keputusan Pembelian Sariayu Putih Langsung. *Kinerja*, 2(01), 17-35.
- Hosang, N., Tumble, A. L., & Jan, A. H. (2022). Analysis of Marketing Strategy for Pension Fund Savings Products in Improving Purchase Decisions for Customers of PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Manado Branch Office. *Academic Journal of Digital Economics and Stability*, 16, 1-14.
- Juliansyah Noor, S. E. M. M. (2015). *Penelitian Ilmu Manajemen Tinjauan Filosofis Dan Praktis*. Kencana. <https://books.google.co.id/books?id=pq5oDwAAQBAJ>.
- Kasali, Rhenald, (2017). *Manajemen Periklanan*, Cetakan Kelima, Pustaka Utama Grafiti, Jakarta.
- Kotler, (2009). *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13, Jakarta: Erlangga.
- Kusumastuti, R., & Waluyo, I. (2013). Pengaruh motivasi dan pengetahuan UU No. 5 tahun 2011 tentang akuntan publik terhadap minat mahasiswa akuntansi mengikuti pendidikan profesi akuntansi (PPAk). *Nominal: Barometer Riset Akuntansi dan Manajemen*, 2(2), 1-30.
- Lestari, R., & Juanim, H. (2019). *Pengaruh Kredibilitas Endorser Dan Iklan Televisi Terhadap Minat Beli Kopi Instan Luwak White Koffie (Studi Pada Mahasiswa Feb Unpas Bandung)* (Doctoral dissertation, Perpustakaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Unpas Bandung).
- Massie, P. C., Massie, J. D. D., & Roring, F. (2022). Pengaruh Digital Marketing dan Electronic Word Of Mouth (E-WOM) Terhadap Keputusan Berkunjung Pada Rumah Alam Manado Adventure Park. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 10(4), 13-24.
- Musthafa, D. (2020). Implementasi Bauran Promosi dalam Upaya Meningkatkan Pendapatan perusahaan (studi kasus pada pd CV Tunas Abadi Kota Malang). *JAMIN: Jurnal Aplikasi Manajemen dan Inovasi Bisnis*, 2(2), 80-90.

- Nugroho, T. A., & Astuti, H. J. (2014). Analisis Hubungan antara Kekuatan Iklan Honda Versi Oneheart terhadap Kekuatan Respons Konsumen Berdasarkan Metode Customer Response Strength. *Media Ekonomi*, 14(1), 35-46.
- Nurbani, A., Mulyanto, H., Wardani, M. K., & Andriyani, M. (2019). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Kepuasan dan Kepercayaan serta Dampaknya pada Loyalitas Konsumen. *Jurnal Manajemen Kewirausahaan*, 16(2), 109-120.
- Octaviasari, S., & Widiyanto, I. (2011). *Analisis pengaruh daya tarik iklan dan efek komunitas terhadap kesadaran merek dan sikap terhadap merek kartu seluler Prabayar Mentari di Semarang* (Doctoral dissertation, Universitas Diponegoro).
- Prabowo, G. P. A., & Farida, I. (2014). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Blackberry di Semarang.
- Putri, I. S. (2020). Analisis Penanganan Keluhan Pelanggan (Studi Kasus Di Kantor Pos Bandung 40000). *Pro Mark*, 10(2).
- Rizki, R. D. (2017). *Aktivitas Promosi Telkomsel Branch Semarang Untuk Produk Loop* (Doctoral dissertation, Faculty of Social and Political Sciences).
- Royan, Frans.M, (2015), *Marketing Celebrities*, Jilid I, Penerbit PT. Elex Media Komputindo, Jakarta.
- Sabri, I., & Martoadmodjo, S. (2015). Pengaruh Daya Tarik Kredibilitas Dan Keahlian Endorser Terhadap Keputusan Pembelian Honda Vario. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)*, 4(12).
- Stephanie, E. (2013). Analisa pengaruh Rio Dewanto dan Donita sebagai celebrity endorser terhadap minat beli produk Axe Anarchy dengan daya tarik iklan dan efek iklan sebagai variabel intervening. *Jurnal Strategi Pemasaran*, 1(2), 1-9.
- Sugiono. (2013). *Metode penelitian pendidikan: (pendekatan kuantitatif, kualitatif dan R & D)*. Alfabeta. <https://books.google.co.id/books?id=0xmCnQAACAAJ>
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta, CV.
- Tobing, F. M., & Sihombing, D. (2016). Pengaruh Lokasi, Keragaman Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Carrefour Citra Garden Medan). *Jurnal plans: Penelitian Ilmu Manajemen dan Bisnis*, 11(2).
- Usman, E. (2021). *Buku Implikasi Iklan Brosur, Kualitas Produk Dan Citra Merek*.
- Vebryyanti, V., Retnowati, N., & Noviandari, I. (2021). Pengaruh Iklan, Perilaku dan Kepercayaan Konsumen terhadap Keputusan Pengguna Aplikasi

Vibripos (Studi Kasus pada Iklan di Media Sosial). *UBHARA Management Journal*, 1(2), 255-263.

Wardana, L. A. (2020). *Analisis kelengkapan produk dan kualitas pelayanan terhadap minat beli yang berdampak pada kepuasan konsumen sebagai variabel intervening pada cv. Mantep etan* (Doctoral dissertation, STIE MAHARDHIKA SURABAYA).

Wicaksono, N. M. E. U. G. (2014). Analisis Brand Awareness Pada Harian Surat Kabar Radar Tegal (Studi Kasus Pada Masyarakat Kota Tegal). *Monex: Journal of Accounting Research*, 2(1).

Wroblowská, Z. (2016). Identification and comparison of requirements placed on brand managers. *Trends Economics and Management*, 10(26), 57-65.

<https://petrokimia-gresik.com/page/laporan-tahunan-2021>