

Daftar Rujukan

- Belch. 2009. *Advertising and Promotion: An Integrated Marketing Communications Perspective 8th Edition*. New York: McGraw-Hill.
- Fajriani, H. 2018. Emosional Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Online Pada Konsumen Wanita Muslim yang Membeli Produk Sunsilk Hijab di Kota Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*61(3), 163–171.
- Hamidah, N. 2017. Pengaruh Daya Tarik Iklan, Kreativitas Iklan, dan Kredibilitas Endorser Terhadap Keputusan Pembelian Pasta Gigi Pepsodent (Studi Pada Konsumen Di Kecamatan Gurah). *Simki-Economic Vol. 01 No. 01 Tahun 2017 ISSN*, 8.
- Khan, A., & Lodhi, S. 2016. Influence Of Celebrity Endorsement On Consumer Purchase Decision : A Case Of Karachi. *Imperial Journal Of Interdisciplinary Research (IJIR)*, 2(1), 102–111.
- Kotler, Philip dan Amstrong. 2012. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- _____, dan Kevin Lane Keller. 2016. *Manajemen Pemasaran. Edisi 12*. Jakarta: Erlangga.
- Morissan, M. A. 2010. *Periklanan (Komunikasi Pemasaran terpadu)* (Edisi Pert). Jakarta: Kencana.
- Sutisna. 2010. *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Utami, Hesty Nurul dan Iqbal Fauzi Akbar Firdaus. 2018. Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Perilaku Online Shopping: Perspektif Pemasaran Agribisnis. *Jurnal Ecodemica, Vol. 2 No. 1 April 2018*, 7.
- www.topbrand-award.com. Diakses 24 Maret 2020.