

DAFTAR PUSTAKA

- Achyar & Brilliant. 2013. *The Impact of Satisfaction and Trust on Loyalty of E Commerce Customer*. ASEAN Marketing Journal 3(2): 2355-9357.
- Adhawiyah & Yuniati. 2014. *Pengaruh Harga, Promosi, Kepercayaan, Dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Aplikasi Shopee*. Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen.
- Aimsyah, Z. 2013. *Manajemen Sistem Informasi*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka.
- Artha, Yudhy. 2021. *Pengaruh Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Online Shopee*. Konferensi Nasional Sosial dan Engineering Politeknik Negeri Medan 2021.
- Belch, George E. & Michael A. Belch. 2013. *Introduction Ad and Promotion. An Integrated Marketing*. McGraw Hill Company.
- Bimal Anjum, Dr, Sukhwinder Kaur Dhanda and Sumeet Nagra. 2013. *Impact of Celebrity Endorsed Advertisiments on Consumers*. Asia Pacific Journal of Marketing & Management Review. 1 (2): h: 22-33
- Caroll. Angela. 2015. “*Brand Communication in Fashion Categories Using Celebrity Endorsement*”, Journal of Brand Management. Vol.17 No.2, pp. 146-158.
- Darmansyah, Salim & Bachri. 2011. *Pengaruh Celebrity Endorser terhadap Keputusan Pembelian Produk di Indonesia (Penelitian Online)*. Fakultas Ekonomi Manajemen Universitas Bengkulu.
- Engel, et al, 2010. *Perilaku Konsumen*. Edisi Keenam, jilid 1. Jakarta: Binarupa Aksara.
- Ferdinand, Agusty.2014. *Metode Penelitian Manajemen*. Edisi 5. AGF BOOKS. 171.
- Ghozali, Imam. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro: Semarang
- Ghozali, Imam. 2016, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23* (Edisi 8), Cetakan ke VIII, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- Gondodiyoto, Idris.2009. *Audit Sistem Informasi Pendekatan Konsep*. PT. Media Global Edukasi. Jakarta.

- Gudono. 2014. *Analisis Data Multivariat*. Edisi Keempat. BPFE. Yogyakarta.
- Hadiawan, A. C. 2015. Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online. Skripsi pada Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro.
- Iswara, Danu, 2016. Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, Kualitas Informasi, Dan Persepsi Resiko Terhadap Keputusan Pembelian Studi Kasus Pada Pengguna Media Sosial Instagram di Kota Yogyakarta (Skripsi). Universitas Negeri Yogyakarta: Yogyakarta. 42-48.
- Kotler & Armstrong G, 2004. Dasar-dasar pemasaran. Edisi 9, Jakarta: PT. Index.
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller, 2016. *Marketing Management, 15th Edition*, Pearson Education, Inc.
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller, 2009. Manajemen Pemasaran. Edisi 13. Jilid 1. Jakarta: Erlangga. 35.
- Kurnianingsih & Sugiyanto, 2019. Pengaruh Kualitas Produk dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian pada PT. Nestle Indonesia. *Prosiding Seminar Nasional Humanis 2019*.
- Kotler dan Keller, 2012. Manajemen Pemasaran. Edisi 12. Jakarta: Erlangga.
- Kotler dan Keller, 2016. *Marketing Management, 15th Edition*, Pearson Education, Inc.
- Lamb, C. W., 2011. *Marketing*. 11th edition. Cengage Learning, USA.
- Lamb, Charles. W., dkk, 2016. Pemasaran. Salemba Empat, Jakarta.
- Mubarak, N., Fauzi, A. DH., & Nuralam, I. P, 2018. *Pengaruh Celebrity Endorser pada Media Sosial Instagram Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Online pada Konsumen Produk Erigo Jakarta melalui Instagram)*. Fakultas Ilmu Administrasi, Universitas Brawijaya Malang, p. 3-8.
- McCormick, K, "Celebrity endorsements: Influence of a product-Endorser match on Millennials attitudes and purchase intentions", *Journal of Retailing and Consumer Services*, Vol. 32: 39-45, 2016.
- Novianti. 2020. *Pengaruh Celebrity Endorser Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Pixy di Surabaya Barat*. Jurnal Manajemen dan Bisnis.

- Nuraini & Maftukhah. 2015. Pengaruh *Celebrity Endorser* dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Citra Merek pada Kosmetik Wardah Di Kota Semarang. *Management Analysis Journal*. 4 (2).
- Oktafiani, R., & Silaningsih, E. 2015. *Pengaruh Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Perdana XL di Kota Bogor, Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi*, Universitas Djuanda Bogor, p. 4.
- Rahmawati & Nikmah. (2019). *Pengaruh Kepercayaan Dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Di Shopee*. *J A B Jurnal Aplikasi Bisnis* 5(1): 2019.
- Randhawa, A., & Khan, J. A. (2014). *Impact of celebrity endorsement on consumer buying behaviour*. *International Journal of Business Management*, 172.
- Ria Yunita Dewi, Yulianeu, Andi Tri Haryono, E. G. (2016). Pengaruh Kepercayaan Konsumen, Kemudahan Dan Kualitas Informasi Terhadap Pembelian Secara Online Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Pengguna Situs Jual Beli Bukalapak.Com).
- Rizki, Kharisma H., Endang Siti Astuti dan Heru Susilo. (2015). Pengaruh Kemudahan dan Kualitas Informasi Terhadap Minat dan Keputusan Pembelian Secara Online (Survei Pada Konsumen www.ardiansmx.com). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*. Vol. 28 No. 1 November 2015.
- Romney, Marshall B., dan Paul John Steinbart (2015). *Accounting Information Systems*, 13th ed. England: Pearson Educational Limited.
- Sanusi. (2017). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Salemba. Jakarta
- Shimp, Terence A. (2014). *Komunikasi Pemasaran Terpadu dalam Periklanan dan Promosi*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sugiyono, (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta: Bandung.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Penerbit Alfabeta, Bandung.
- Suprapti, N. W. S. (2014). *Perilaku Konsumen: Pemahaman Dasar dan Aplikasinya*

- dalam Strategi Pemasaran. Denpasar: Udayana University Press.
- Sutabri. (2012). *Konsep Sistem Informasi*. Andi Publisher. Yogyakarta.
- Sutabri, T. (2012). *Konsep sistem informasi*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono. (2015). *Strategi Pemasaran*. Edisi 4. ADNI Yogyakarta. 11-13.
- Tjiptono, Fandy. (2008). *Strategi Pemasaran*. Edisi 3, Yogyakarta: .ANDI.
- Wahyuni, Sari, dkk. (2017). *Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan Dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Online Di Situs Online Fashion Zalora.co.id. E-Proceeding of Management*. ISSN: 2355-9357. Vol. 4, No. 2 Agustus 2017.
- Winarno, Wing Wahyu. (2017). *Sistem Informasi Manajemen*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.
- Zahra, R. R., & Rina, N. (2018). *Pengaruh Celebrity Endorser Hamidah Rachmayanti Terhadap Keputusan Pembelian Produk Online Shop Mayoutfit di Kota Bandung, Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Komunikasi dan Bisnis, Universitas Telkom Bandung*, p. 1-15.
- Hasil Sensus Tahun 2020: *Gen Z Dominan, Apa Maknanya bagi Pendidikan Kita?* (kemdikbud.go.id) (diakses 26 juni 2022).
- Top delivery-food di Indonesia 2021*: <https://data.tempo.co/data/1295/Gofood-platform-pesan-antar-makanan-paling-banyak-digunakan> (diakses 25 juni 2022)
- Transaksi pesan antar makanan di Indonesia 2022: Survei: Nilai Transaksi *Gofood* Lebih Besar dari *Shopeefood* dan *Grabfood* | Databoks (katadata.co.id) (diakses 25 juni 2022)