

## DAFTAR REFERENSI

- Basu, Swastha DH., Irawan. 2012. *Manajemen Pemasaran Modern*. Edisi ke-2. Yogyakarta: Liberty Offset.
- Belch, George E., Belch, Michal, A. 2013. *Advertising and Promotion: An Integrated Marketing Communication Perspective*, 8<sup>th</sup> Edition. New York: Pearson Education
- Bruce, Chadwick et al., 2014. *Metode Penelitian Ilmu Pengetahuan Sosial*. terj. Sulistia, Semarang: IKIP Semarang Press
- Carr, Caleb T., & Hayes, Rebecca A. 2015. Social Media: Definining, Developing, and Divining I, *Atlantic Journal of Communication*
- Cynthia, Vanessa dan Hendra N. Tawas. 2014 .PengaruhOrientasi Kewirausahaan, Inovasi Produk, dan Keunggulan Bersaing terhadap Kinerja Pemasaran Usaha Nasi Kuning di Kota Manado. *Jurnal EMBA Vol.2 No.3 Hal. 1214 –1224 ISSN 2303-1174*
- Daryanto. 2015. *Media Pembelajaran*. Yogyakarta: Gava Media.
- Dhewanto et.al. 2015. *Manajemen Inovasi : Peluang Sukses Menghadapi Perubahan*.Yogyakarta: CV.Andi Offset.
- Fianto. A.Y 2020. The Influence of Brand Image on Purchase Behaviour Through Brand Trust, *Business Management and Strategy, Vol.5, No.2*.
- Ghozali, Imam. Ainun Jariah dan Jesi Irwanto. 2019. Role of Product Innovation, Quality of Service and Promotion of influence on purchase decision on Omahmu Cafe Lumajang. E-ISSN : 2622-304X, P-ISSN : 2622-3031 *Volume 2 Number 2, August 2019* Available online at: <http://proceedings.stiewidyagamalumajang.ac.id/index.php/progress>
- Gunelius, Susan. 2011. *30-Minute Social Media Marketing*. United States: McGraw-Hill Companies.
- Hadi, Purnama. 2011. *Media Sosial Di Era Pemasaran 3.0. Corporate and Marketing Communication*. Jakarta : Pusat Studi Komunikasi dan Bisnis Program PascaSarjana Universitas Mercu Buana.Pp 107-124
- Hasan, Ali. 2013. *Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan*. Yogyakarta. CAPS
- Henicih. 2013. *Instructional. Media And Technology For Learning*, 7th Edition. New Jersey: Prentice Hall
- Hermaya, 2013. *Emotional Intelligence: Kecerdasan Emocional*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka
- Howard dan Parks. 2012. *American Behavioral Scientist*. Vol. 45 No. 3, November 2001 383-404
- Kaplan, Andreas and Michael Haenlein, 2012. *User of The World, Unite! The Challenges and Opportunities of Social Media*. *Business Horizon* 53(1). p. 61

- Khomilah, Munifah. 2020. Pengaruh Promosi, Atribut Toko (*Store Attributes*), Dan Inovasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Nick Coffe Di Kota Bengkulu. *Jurnal Etrepreneur dan Manajemen Sains (JEMS) e-ISSN 2721-5415. Volume 1 Nomor 2 Juli 2020 Website: www.jurnal.umb.ac.id*
- Kosyu, et al, 2014. Pengaruh Hedonic Shopping Motives Terhadap Shopping lifestyle dan Impulse buying(Survei pada Pelanggan Outlet Stradivarius di Galaxy Mall Surabaya). *Jurnal Administrasi Bisnis. Vol. 14 (2)*
- Kotler, Kotler. dan Kevin Lane Keller. 2016. *Marketing Management*. 15th. Edition New Jersey: Pearson Pretice Hall, Inc.
- Kotler, Philip dan Armstrong, Gary. 2014, *Principles of Marketin*, 12<sup>th</sup> Edition. Jakarta : Erlangga.
- Kotler, Philip dan Kevin L. Keller. 2016. *Marketing Management*, 15th edition. United States: Pearson Education.
- Kotler, Philip. 2014. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 12. Jakarta: Erlangga.
- Lahindah, Laura. Merisa and Rianty Agustina Siahaan. 2018. The Influence of Product Innovation and Service Quality to Buying Decision and the Impact to Repeat Buying at Progo Road Bandung. *The Asian Journal of Technology Management Vol. 11 No. 2 (2018): 118-124. Print ISSN: 1978-6956; Online ISSN: 2089-791X. Doi: http://dx.doi.org/10.12695/ajtm.2018.11.2.4*
- Lubis, Ahmad Taufik. Nisrul Irawati, Beby Karina Fawzeea Sembiring. 2020. The Impact of Life Style and Social Media on Purchasing Decisions in B-One Cafe, Medan. *International Journal of Research and Review Vol.7; Issue: 2; February 2020 Website: www.ijrrjournal.com Research Paper E-ISSN: 2349-9788; P-ISSN: 2454-2237*
- Martono, Nanang. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif: Analisis Isi dan Analisis. Data Sekunder*. Depok: PT Rajagrafindo Persada.
- Mullins, John W dan Walker Jr, Orville C. 2013. *Marketing Management: A Strategic Decision-Making Approach*, 8th Edition, McGraw-Hill International Edition
- Nasrullah, Rulli, 2015. *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya dan Sosio Teknologi*. Bandung, Simbiosia Rekatama Media
- Nur'aini, Mirna dan Joko. Samboro. 2020. Pengaruh Promosi Penjualan Dan Inovasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Di *Cafe Gedhang Ganteng Malang*. J A B Jurnal Aplikasi Bisnis. E-ISSN: 2407-5523 ISSN :2407-3741
- Pamungkas, Bagas Aji dan Siti Zuhroh. 2016. Pengaruh Promosi Di Media Sosial Dan *Word Of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Kedai Bontacos, Jombang). *Komunikasi*, Vol. X No. 02, September 2016: 145-160
- Prakosa, 2015. Pengaruh Orientasi Pasar, Inovasi, dan Orientasi. Pembelajaran mempengaruhi Kinerja Untuk Mencapai Keunggulan. *Bersaing. Jurnal*

*Studi Manajemen & Organisasi Vol.2 No.1*

- Priyatno, Duwi. 2012. *Cara Kilat Belajar Analisis Data dengan SPSS 20*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Putri, Julian Andriani. 2020. Pengaruh Produk, Harga Dan Media Sosial Instagram Terhadap Keputusan Generasi Millennial Dalam Pembelian Produk Kuliner Tradisional di Pasar Semawis Semarang. *Jurnal Visi Manajemen Vol 5 No 2 2020*
- Robbins, Stephen P. 2014. *Management*. Twelfth Edition. United States: Pearson Education Limited.
- Royan, Frans. 2014. *Bisnis Model Kanvas Distributor*. Jakarta : PT. Gramedia. Pustaka Utama.
- Royan. 2014. *Bisnis Model Kanvas Distributor*. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama
- Sebayang, M.K dan Simon Siahaan. 2012. Pengaruh Celebrity Endorser terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Merek Yamaha Mio Pada Mio Automatic Club (MAC) Medan. *Jurnal Manajemen Bisnis, 1(3), 117 – 125*
- Shimp Terence A. 2013. *Komunikasi Pemasaran Terpadu dalam periklanan dan Promosi*. Jakarta : Salemba Empat.
- Shimp, Terence. 2013. *Komunikasi Pemasaran Terpadu dalam periklanan dan Promosi*. Jakarta : Salemba Empat.
- Solis, Brian, 2012. *Engage: The Complete Guide for Brands and Business to Build, Cultivate, and Measure Success in the New Web*. New Jersey: John Wiley & Sons Inc
- Sonwalkar, J., Manohar K., and Pathak A. 2011. 'Celebrity Impact-A model of Celebrity Endorsement, *Journal of Marketing and Communication*'. Vol.7,issue 1
- Sugiyono, 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta
- Sunyoto, Danang. 2014. *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran (Konsep, Strategi, dan Kasus)*. Cetakan ke-1. Yogyakarta: CAPS
- Tjiptono, Fandy. 2014. *Pemasaran Jasa*. Yogyakarta : Andi.
- Tjiptono, Fandy. 2014. *Service, Quality & satisfaction*. Yogyakarta:BPFE.
- Tontowi, AE. 2016. *Desain Produk Inovatif dan Inkubasi Bisnis Kompetitif (Isted)*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Wachyuni, Suci Sandi dan Tri Kuntoro Priyambodo. 2020. The Influence Of Celebrity Endorsement In Restaurant Product Purchase Decisions Making. *International Journal of Management, Innovation &*

*Entrepreneurial Research eISSN: 2395-7662, Vol. 6, No 2, 2020, pp 45-54 <https://doi.org/10.18510/ijmier.2020.625>*

Wijanarko, Puthud. Suharyono dan Zainul Arifin. 2016. Pengaruh *Celebrity Endorser* Terhadap Citra Merek Dan Dampaknya Pada Keputusan Pembelian (Survei kepada Pengunjung Warung Kopi Kriwul, Kelurahan Merjosari, Kecamatan Lowokwaru, Kota Malang yang Pernah Melihat Iklan dan Membeli TOP Coffee). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*|Vol. 34 No. 1 Mei 2016

Wijayanti, Titik. 2016. *Marketing Plan Dalam Bisnis*. Jakarta : PT Gramedia.