

## DAFTAR PUSTAKA

- A. Shimp, T. (2003). *Promosi dan Periklanan. Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Erlangga.
- Abdeniya, A., Hakimi, B. Y., & Zaeim, M. N. (2011). Investigate the Impact of Celebrity Endorsement on Brand Image. *eurojournals*. Vol. 1. No. 3
- Abdullah. (2018). *Berbagai Metodologi dalam Penelitian Pendidikan dan Manajemen*. Gowa: Gunadarma Ilmu.
- Abdullah, M. (2015). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: Aswaja Pressiondo.
- Andy Prasetyo Wati, J. A. (2020). *Digital Marketing*. Malang: Edulitera.
- Anto, H. (2003). *Pengantar Ekonomi Islam*. Yogyakarta: Ekonisa.
- Arvanitha, S. (2019). *Peranan Akun Instagram sebagai Media Promosi dalam Peningkatan Penjualan Usaha Kuliner Di Kompleks Puri Taman Sari Kecamatan Manggala Kota Makassar*. Skripsi. Tidak Diterbitkan. Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Universitas Muhammadiyah: Makassar.
- Belch, G., & M. A Belch. (2004). Advertising and Promotion. *An Integrated Marketing Communications Perspective*. New York: McGraw-Hill
- Catur Suratnoaji, N. d. (2019). *Buku Metode Analisis Media Sosial Berbasis Big Data*. Banyumas: Sasanti Institute.
- Dapartemen Agama RI. (2005). *Mushaf Al-Quran Terjemah*. Depok: Al Huda.
- Daryanto. (2001). *Manajemen Pemasaran*. Bandung: PT. Sarana Tutorial Nuraini Sejahtera.
- Ernestivita, G. (2016). Analisis Pengaruh Place, Promotion, dan People terhadap Keputusan Konsumen Melakukan Pembelian Produk Pasar Modal dengan Menggunakan Jasa Equity Brokerage di PT Sucoriners Central Gani Cabang Kediri. *Jurnal Nusamba*. Vol 1. No 2.
- Firmansyah, A. (2018). *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)*. Yogyakarta: Deppublish.

- Firmansyah, A. (2020). *Komunikasi Pemasaran*. Pasuruan: CV. Penerbit Qiara Media.
- Gama, A. W Penyunt. (2020). *Manajemen Pemasaran- Konsep, Pengembangan dan Aplikasi. Program Studi Manajemen*. Noah Aletheia: Bali.
- Ghozali, I. (2005). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: UNDIP.
- Hafizah , N., Artiningsih, D. W., & Putra, D. S. (2022). Pengaruh Promosi dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada PT. Sarigading Pusaka Kalimantan Banjarmasin.
- Hakim, L. (2012). *Prinsip-Prinsip Ekonomi Islam*. Surakarta: PT. gelora Aksara Pratama.
- Hikmawati, F. (2020). *Metodologi Penelitian*. Depok: Rajawali Pers.
- Ikaningsih, d. (2017). *Pengaruh Kualitas Produk, Celebrity Endorser, dan Daya TarikIklan terhadap Intensitas Pembelian dengan Brand Image Sebagai Variabel Intervening*. Jurnal Ekonomi dan Bisnis.
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran & Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: Unitomo Press.
- Irwansyah, R. (2021). *Perilaku Konsumen*. Bandung: Widina Bhakti Persada Bandung (Grup CV. Widina Media Utama).
- Kartina Ikawati, T. M. (2021, June). The Effect of Celebrity Endorsers and Advertising Attractiveness on Brand. *International Journal of Economics, Business and Accounting Research (IJEBAR)*, Vol 5. No 2.
- Keller, K. d. (2009). *Manajemen Pemasaran. edisi 13 Jilid I*. Jakarta: Erlangga.
- Khan, A. d. (2016). Influence Of Celebrity Endorsement On Consumer Purchase Decision: A Case Of Karachi. *Imperial Journal Of Interdisciplinary Research (IJIR)*. Vol 2. No 1.
- Lupiyoadi, R. (2001). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- Mahdi, M. I. (2022, Februari 25). *Pengguna Media Sosial di Indonesia Capai 191 Juta pada 2022*. Diambil kembali dari DataIndonesia.id: <https://dataindonesia.id/digital/detail/pengguna-media-sosial-di-indonesia-capai-191-juta-pada-2022>

- Mursid, M. (2014). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Nawawi, H., Ruslan, T., & Aziddin, Y. (1986). *Sejarah Kota Banjarmasin*. Jakarta: Departemen Pendidikan dan Kebudayaan Direktorat Sejarah dan Nilai Tradisional Proyek Inventarisasi dan Dokumentasi Sejarah Nasional.
- Nurchahaya, A. K. (2014). *Pengaruh Celebrity Endorser, Brand Image, dan Kepercayaan Konsumen terhadap Keputusan Pembelian*. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*. 1 (2): h: 1522-1534.
- Nurul, N. (2018). *Kenalan sama Banjarmasinfood*. Diakses pada 14 Mei 2023 dari <https://blogadogadoo.blogspot.com/2016/10/kenalan-sama-banjarmasinfood.html>
- Nurul, N. (2018). *Kenalan Sama Banjarmasinfood*. [blogadogadoo.blogspot.com](http://blogadogadoo.blogspot.com).
- Paramita, R., Rizal, N., & Sulistyan, R. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Lumajang: Widya Gama Press.
- Prasetyo, B., & Jannah, L. M. (2006). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Prastya, D. (2022, Februari 23). *Jumlah Pengguna Media Sosial Indonesia Capai 191,4 Juta per 2022*. Dipetik April 18, 2022, dari Suara.com: <https://www.suara.com/tekno/2022/02/23/191809/jumlah-pengguna-media-sosial-indonesia-capai-1914-juta-per-2022>
- Purwanto, S. (2004). *Statistika Untuk Ekonomi & Keuangan Modern, Buku 2*. Jakarta: Salemba Empat.
- Puspita, A. N. (2022). *Pengaruh Konten Instagram @jogjafoodhunter Terhadap Minat Beli Followers dan Tingkat Popularitas Tempat Kuliner di Kota Yogyakarta*.
- Rahmadi. (2011). *Pengantar Metodologi Penelitian*. Banjarmasin: Antasari Press.
- Ranto, D. W. (2013). *Menciptakan Islamic Branding sebagai Strategi Menarik Minat Beli Konsumen*. 2, 11.
- Rifadah, Y. (2019). *Pengaruh Islamic Endorsement Dan Islamic Branding Terhadap Minat Beli Di Media Sosial Instagram Safi Indonesia*. Surabaya: UIN Sunan Ampel.
- Robiah, F. (2017). *Marketing Hebat Ala Rasulullah*. Tinta Medina.

- Rossiter, J. (2014). Branding Explained: Defining and measuring brand awareness and brand attitude. *Jurnal of Brand Management, Vol 1. No 6.*
- Schiffman, L. G., & Leslie Lazar Kanuk. (2000). Customer Behavior. Fifth Edition. *New Jersey, Prentice-hall, Inc.*
- Shimp, T. A. (2003). *Periklanan Promosi: Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu. Alih bahasa oleh Revyani Sahrial dan Dyah Anikasari. edisi Kelima Jilid I.* Jakarta: Erlangga.
- Simamora, H. (2006). *Manajemen Pemasaran Internasional.* Jakarta: Rineka Cipta.
- Suryawangi, R. W. (2011). *Perancangan Buku Wisata Kuliner di Kota Banjarmasin.* Surabaya: Universitas Kristen Petra.
- Umar, H. (2000). *Research Methods in Finance and Banking.* Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Umar, H. (2003). *Metode Riset Bisnis.* Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Utami, O. F. (2017). *Strategi Promosi Pemasaran.* Jakarta: FKIP UHAMKA.
- Yohannes, F. J. (2014). Analisa Pengaruh Visibility, Credibility, Attraction, dan Power Celebrity Endorser terhadap Brand Image Bedak Marcks Venus *Jurnal Manajemn Pemasaran. Vol. 2, No. 1, 1-8.*
- Yuliara, I. (2016). *Modul Regresi Linier Berganda.* Bali: Universitas Udayana.
- Yuni Istanto, I. R. (2020). *Pemasaran Melalui Media Sosial pada Usaha Kecil.* Yogyakarta: Zahir Publishing.