DAFTAR PUSTAKA

Abdullah, T., & Tantri, F. 2012. *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Rajawali Pers.

Abdurrahman, N. H. 2015. *Manajemen Strategi Pemasaran*. Jawa Barat: Pustaka Setia.

Abu Achmad dan Cholid Narkubo. 2005. *Metode Penelitian*. Jakarta: PT. Bumi Aksara.

Alma, B. 2014. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.

Andrianto, N. F., & Sutrasmawati, E. 2016. *Pengaruh Celebrity Endorser dan Brand Image pada Proses Keputusan Pembelian*. Management Analysis Journal, 5(2).

Annis Kiswalini, I Ketut Nurcahya. 2014. *Pengaruh Celebrity Endorser, Brand Image, dan Kepercayaan Konsumen terhadap Keputusan Pembelian*. Jurnal Ekonomika, Volume 1 nomer 3. Universitas Udayana. Bali

Arikunto, Suharsimi. 2005. *Prosedur Penelitian (Suatu Pendekatan Praktek*), Jakarta: PT. Rineka Cipta.

Assauri, S. 2014. *Manajemen Pemasaran*. Depok: PT. Raja Grafindo Persada.

Assauri, S. 2015. *Manajemen Pemasaran Dasar, Konsep dan Strategi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo.

Badan Ekonomi Kreatif.

Badan Pusat Statistik diakses melalui https://www.bps.go.id/ pada tanggal 18 Maret 2020.

Baswori dan Suwandi. 2008. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Rineka Cipta.

Boyd, Walker, Larreche. 1998. *Marketing management: A strategic approach with a global orientation*. Jakarta: Erlangga.

Byrne, A., M. Whitehead., S. Breen. 2003. *The Naked Truth of Celebrity Endorsement*. British Food Journal, Vol.105 No.4/5, pp.288-296.

Carroll, Angela. 2009. *Brand Communications in Fashion Categories Using Celebrity Endorsement*. Journal of Brand Management. Vol.17 No.2, pp.146-158.

Cooper, Donald R dan Emory, C William, (1999). "*Metode Penelitian Bisnis". Edisi kelima. Jilid 1*. Erlangga Jakarta.

Darmansyah, Muhartini Salim & Syamsul Bachri. 2011. *Pengaruh Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian Produk di Indonesia (Penelitian Online)*. Jurnal Aplikasi Manajemen 12 (2), 230-238.

Dermawan, Zulrama. 2018. *Peranan Celebrity Endorser Dalam Menarik Minat Beli Pengguna Media Sosial Instagram (Studi pada Mahasiswa UIN Alauddin Makassar)*. Makassar: UIN Alauddin.

Dwi Setyo Widodo. 2018. *Pengaruh celebrity endorser terhadap minat beli secara daring pada situs shopee*. Jurnal Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Eni Heruwati. 2010. *Analisis Pengaruh Daya Tarik, Kredibilitas, dan Keahlian Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha Mio (Studi pada Konsumen PT. Harpindo Jaya Jl. Dr. Cipto No. 61 Semarang)*. Fakultas Ekonomi Universitas Dipenegoro.

Erma, W. M. 2010. *Dasar-Dasar Pemasaran.* Bandung: KPD

Ervina. 2018. *Evektivitas Celebrity Endorsement Sebagai Media Iklan Pada Sosial Media Instagram*. Aceh. UIN Ar-raniry.

Fingar, Peter, Harsha Kumar, and Tarun Sharma. 2000. *Enterprice E-Commerce*. Tampa, Florida: Meghan-Kiffer Press.

Gitosudarmo, I. 2014. *Manajemen Pemasaran.* Yogyakarta: BPFE.

Gunawan, Imam. 2013. *Metode Penelitian Kualitatif: Teori dan Praktik*. Jakarta: Bumi Aksara.

Hartman, A., & John S. 2000. *Net Ready-Strategies for Success in the E-Conomy*. United States: McGraw-Hill.

Hermawan, A. 2012. *Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.

Hsu, Chung-kue, and McDonald, Daniella (2002). *An Examination on Multiple Celebrity Endorsers in Advertising*. Journal of Product & Brand Management, 11 (1), 19-29.

Husein, Umar. 2007. *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.

Husnul Hakim, A. IMZI. Jakarta. Dosen Fak. Ushuluddin Institut PTIQ.

Ilham Taufikurrahman. 2013. *Pengaruh Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian Clothing Wadezig*. Jurnal Universitas Widyatama.

Iprice. *Peta E-commerce di Indonesia* diakses melalui https://iprice.co.id/ pada tanggal 18 Maret 2020.

James, Barnes G. 2003. *Secrets of Customer Relationship Management*. Yogyakarta: Andi Offset.

Jaiz, M. 2014. *Dasar-Dasar Periklanan*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

Jurnal Ekonomi Syariah Vol. 3 No. 1. Juni 2016.

Kamus Besar Bahasa Indonesia.

Kementerian Agama. "Qur'an Kemenag" dalam https://quran.kemenag.go.id/sura/33/59 diakses pada 20 Juli 2020.

Kementerian Agama. "Qur'an Kemenag" dalam https://quran.kemenag.go.id/sura/4/29 diakses pada 20 Juli 2020.

Kementerian Agama. "Qur'an Kemenag" dalam https://quran.kemenag.go.id/sura/3/104 diakses pada 15 Maret 2021.

Kertamukti. 2015. *Strategi Kreatif Dalam Periklanan*. Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada

Kotler, P., & Keller, K. L. 2016. *Marketing Management* (16 ed). England: Pearson Education Limited.

Kotler, P. & Gary Amstrong. 2014. "*Principles of Marketing*". 10th Ed. New Jersey: Pearson Prentice Hall.

Kotler, P., & Amstrong, G. (2012). *Prinsip-Prinsip Pemasaran.* Jakarta: Erlangga.

Kotler, Philip. 2002. *Manajemen Pemasaran, Edisi Millenium, Jilid 2*. PT Prenhallindo, Jakarta.

Kotler, Philip. 2005. *Manajemen Pemasaran. Jilid I dan II*. Jakarta: PT Indeks.

Kotler, Philip. 1995. *Manajemen pemasaran*. Jakarta. Penerbit Erlangga.

Kotler, Philip dan Gary, Amstrong. 2008. *Prinsip – Prinsip Pemasaran*. Erlangga. Jakarta.

Kotler, P & Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran. Edisi ke 13 Jilid 2*. Jakarta: PT Indeks Kelompok Gramedia.

Lexy J. Moelong. 1993. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya

Lupiyoadi, R. 2013. *Manajemen Pemasaran Jasa: Berbasis Kompetenti* (3 ed). Jakarta: Salemba Empat.

Mar'at. 1981. *Sikap Manusia, Perubahan Serta Pengukurannya*. Bandung: Ghalian.

Martha, E., & Kresno, S. (2016). Metodologi Penelitian Kualitatif. Jakarta: Rajawali Press.

Muham, Shara Natisa. 2019. *Penggunaan Celebgram (Celebrity Endorser Instagram) Dalam Promosi Produk MD Clinic By MD Glowing Skin*. Jurnal Desain Vol.6, No.3, Mei 2019, pp. 207-217 p-ISSN: 2339-0107, e-ISSN: 2339-0115

Muhammad bin Abdul Aziz Al-Sulaiman al-Qur'awy. 2003. *Al-jadid Fi syarhi kitab Al-tauhid*. Jedah: Maktab Al-sawady.

Muhammad bin Abd Rahman al-Khamis. 1999. *I'tiqad Aimmati al-salaf ahlu al-Hadits*. Kuwait: Dar Ilafi al-Daulyah.

Muri Yusuf A. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif & Penelitian Gabungan*. Jakarta: Prenadamedia group.

Mustaq Ahmad. 2001. *Etika Bisnis Dalam Islam*. Jakarta:Pustaka al-Kautsar.

Nana Saudjana dan Ahwal Kusuma. 2002. *Proposal Penelitian di Perguruan Tinggi*. Bandung: Sinar Baru Argasindo.

Nickels, McHugh, & McHugh. 2010. *Pengantar Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.

Noeng Mujahir. 1993. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Yogyakarta: Rake Sarasin.

Noviyarto, H. 2010. *Pengaruh Perilaku Konsumen Mobile Internet terhadap Keputusan Pembelian Paket Layanan Data Unlimited Internet CDMA di DKI Jakarta*. InComTech, Jurnal Telekomunikasi dan Komputer, 1 (2).

Nur Aswani & Masyhuri. 2011. *Metodologi Riset Manajemen Pemasaran*. Malang: UIN Maliki Press.

Oentoro, D. 2012. *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Laksbang PRESSindo.

O'Mahony, Sheila and Meenaghan, Tony. (1997/1998). *The Impact of Celebrity Endorsement on Consumers. Irish Marketing Review*, 10 (2), 1524.

Onny, F. S., & Novelia, U. 2017. *Buku Ajar Promosi Pemasaran*. Jakarta: UHAMKA

Patton, M. Q. (2002). Qualitative Research & Evaluation Mehods (3 ed.). California: Sage Publishing.

Pedoman Penulisan Skripsi UIN Antasari Banjarmasin.

Peter, J. P., & Olson, J. C. 2014. *Perilaku Konsumen dan Srategi Pemasaran*. Jakarta: Salemba Empat.

Rangkuti, F. 2010. *Strategi Promosi Yang Efektif dan Analisis Kasus Integrated Marketing Communication.* Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.

Restu Oktafiani & Endang Silaningsih. 2015. *Pengaruh Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian Kartu perdana XL di Kota Bogor*. Jurnal Visionida 1 (2), 45-58.

Rivai Veitzal. 2012. *Islamic Marketing*. Jakarta: Graha Pustaka Utama.

Robbins, S. P. 2003. *Perilaku Organisasi*. Jakarta: PT. Prelindo.

Romindo, dkk. 2019. *E-Commerce: Implementasi, Strategi dan Inovasinya*. Medan: Yayasan Kita Menulis.

Rossiter, J.R. and Percy, L. 1987. *Advertising and Promotion Management*. McGraw-Hill Series in Marketing, New York.

Royan. 2005. *Marketing Celebrities, Jilid 1*. Jakarta: Elex Media Komputindo.

Schiffman, Leon G. Leslie, Lazar Kanuk. 2004. *Perilaku Konsumen*. Jakarta. PT. Indeks Gramedia.

Shaleh bin Fauzan bin Abdullah Al-fauzan. 2001. *Al-Mulakkhash fi syarhi kitabi Al-tauhid*. Riyadh: Dar Al-'ashimah.

Shimp. 2007. *Bintang Iklan Berperan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Shampo. Pengantar bisnis. Edisi Revisi*. Penerbit. Alfabeta, Semarang.

Sugiyono. 2008. *Metode Penelitian Bisnis*. Penerbit Alfabeta, Bandung.

Sugiyono. 2010. Metode *Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Sukirno, S. 2013. *Pengantar Bisnis Edisi Pertama* (1 ed). Jakarta: Kencana.

Stanton, William J. 2001. *Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.

Tambunan, B., Demelina. 2009. *Atribut yang Menjadi Pertimbangan Konsumen dalam Membeli Produk Perumahan*. Jurnal Manajemen Bisnis 2 (2). Surabaya.

Tjiptono, F. 2008. *Stratei Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.

Tjiptono, F., & Chandra, G. (2012). *Pemasaran Strategik.* Yogyakarta: Andi.

Wahyudiono. 2017. Transaksi E-commerce Masyarakat Jawa Timur. Jurnal Komunikasi Media dan Informatika. Vol. 6 No. 3.

Zulhanief Matsani. *Ekonomi Syariah dan Peran Muslimah*. Melalui https://www.kompasiana.com/zoelzul/54feceeaa3331835a50f824/menunggu-peranmuslimah-dalam- pngembangan-ekonomi- syarah-indonesia. Diakses pada 18 juli 2020.