

DAFTAR PUSTAKA

2929-5619-1-SM (1). (n.d.).

8358-22463-1-PB (4). (n.d.).

Astuti, M., Agni, R.A. (2020). Pengantar Manajemen Pemasaran. Yogyakarta: CV. BudiUtama.

Alkahvy Ji Ahmad Dahlan No, M., Mojoroto, K., Kediri, K., & Timur, J. (n.d.). Analisis Citra Merek, Kualitas Pelayanan Dan Testimonial Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Ventela Di Shopee.

Buchari Alma., 2016 Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. Bandung. Alfabeta

Dhaefina, Z., Nur, M. A., Sanjaya, V. F., & Artikel, I. (2021). Pengaruh *Celebrity Endorsement*, Brand Image, dan Testimoni terhadap minat beli konsumen produk Mie Instan Lemonilo pada Media Sosial Instagram. 7(1), p-ISSN. <http://ejournal.lmiimedan.net>

Dwi Septian, F., & Nurafni Rubiyanti SMB, R. (n.d.). Pengaruh Celebrity Endorser dan Country of Origin Terhadap Keputusan Pembelian Pada Sepatu Geoff Max Bandung the Influence Of Celebrity Endorser And Country Of Origin On Purchasing Decisions On Geoff Max Bandung Shoes. www.geoff.max.com

Ekombis Review -Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis, J., Fintariasari, M., & Halim, N. (2022). Purchasing Decisions: The Analysis Effect of The Variables Life Style, Celebrity Endorser, And Brand Image. *Jurnal Ekombis Review*, 10(2), 661–672. <https://doi.org/10.37676/ekombis.v10i12>

Imam Ghozali, & Hengky Latan. (2014). Partial Least Squares konsep, metode dan Aplikasi menggunakan program WarpPLS 4.0. *Semaran: Badan Penerbit Universitas Diponegoro*.

Kinanti, D. I., & Afriani, A. L. (2021). Pengaruh E-WOM dan Celebrity Endorser di Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Ortuseight. 4(3), 149–155.

Ma, M., El-Mekka Rostianto, ruvinna, Ramdan, A. M., Mulia, F., & Muhammadiyah Sukabumi, U. (n.d.). *attraction of testimonials in social media and brand image on purchase decisions*.

- Muzdalifah. (2021, April 9). *Pengaruh “Celebrity Endorsement” Terhadap Minat Beli Produk “Endorse”*: Media Sosial.
- Putra, P. Y., Soebandi, S., & Com, M. (n.d.). *The Influence of Celebrity Endorser, Brand Image, and Brand Trust on Consumer Purchasing Decisions to Nike Brand Sports Shoes in Surabaya*.
- Putri, G. E. (n.d.). faktor-faktor mempengaruhi keputusan pembelian produk fashion secara *online* melalui *e-commerce*.
- Situmorang, M. K. (2021). MANEGGIO: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen Pengaruh Perilaku Konsumen Terhadap Penggunaan Uang Elektronik (Dompet *Digital*) Sebagai Alat Pembayaran Pada Masa Pandemi Covid-19 di Kota Medan. 4(1). <https://doi.org/10.30596/maneggio.v4i1.6646>
- Sobur Setiawan. (2020). Analisa Parsial Model Persamaan Struktural Dengan Software SMART-PLS Versi 3. *Vol*, 1–78.
- Syahputra, H. A. (n.d.). Nomor 1-Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Surabaya. In *Jurnal Ilmu Manajemen* (Vol. 8).
- Yudha, F., Kristina, P., Hayuningtias, A., Fakultas Ekonomika Dan Bisnis^{1, 2}, & Semarang³, U. S. (n.d.). Pengaruh Celebrity Endorser, Viral Marketing dan Brand Trust terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Ventela. *SEIKO : Journal of Management & Business*, 5(2), 2022–2307. <https://doi.org/10.37531/sejaman.v5i2.1990>
- Kotler, Philip dan Keller, 2007, *Manajemen Pemasaran*, Jilid I, Edisi
- Buchari Alma., 2016 *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung. Alfabeta
- Frans M. Royan, 2004, *Marketing Selebriti “Selebriti dalam Iklan dan Strategi Selebriti Memasarkan Diri Sendiri”*, Jakarta: Alex Media Komputindo.
- Shimp, Terence A, 2003. *Periklanan Promosi Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terjemahan oleh Revyani Sjahrial dan Dyah Anikasari Edisi Kelima Jilid 1*. Jakarta: Erlangga Shimp, Terence. 2003. *Periklanan Promosi Aspek Aspek Tambahan Komunikasi Terpadu*. Jakarta: Erlangga
- Handayani, Ririn. 2020. *Metodologi Penelitian Sosial*. Yogyakarta: Trussmedia Grafika.
<https://katadata.co.id/ariayudhistira/infografik/62e11fa63c6f2/demam-citayam-fashion-week>

<https://lifestyle.kompas.com/read/2021/09/17/212223520/sepatu-compass-raksasa-bertebaran-di-jakarta-ada-apa>
<https://lifestyle.kompas.com/read/2022/03/25/080115620/dua-rilisan-anyar-sepatu-compass-ludes-di-jakarta-sneaker-day-2022?page=all>
<https://www.republika.co.id/berita/r99iah375/jakarta-sneaker-day-2022-kembali-digelar-secara-offline>
<https://majoo.id/blog/detail/sepatu-compass-sneakers-lokal-yang-laris-di-pasaran>
<https://www.selera.id/pilih-mana-sepatu-compass-atau-ventela/>
<https://jogja.idntimes.com/hype/viral/rijalu-ahimsa-1/5-keistimewaan-sepatu-compass-pop-meets-pop-yang-ludes-dalam-16-detik>
<https://www.tokopedia.com/sepatucompass/product>
<https://datareportal.com/reports/digital-2022-indonesia>
<https://www.jurnal.id/id/blog/mengenal-digital-marketing-konsep-dan-penerapannya/>
 Opiida. (2014). Pengertian E-MarketPlace. Pengertian E-MarketPlace,
<https://tokokhalista.wordpress.com/2014/04/18/pengertian-e-marketplace/>
<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/04/22/ini-deretan-barang-yang-paling-sering-dibeli-masyarakat-saat-belanja-online>