**DAFTAR PUSTAKA**

Evita, Nurul. (2017). Jurnal: Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus

Pada Bakso Boedjangan cabang Burangrang Bandung tahun 2017. e-Proceeding of Applied Science : Vol.3, No.2 Agustus 2017

Fatih Imantoro *et al.* (2018). Jurnal: Pengaruh Citra Merek, Iklan, dan Citra Rasa terhadap

Keputusan Pembelian (Mie Instan Indomie di Wilayah Um Al-Hamam Riyadh).

Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)|Vol. 57 No.1 April 2018

Kotler, Philip and Kevin Lane Keller. (2016:332). Marketing Managemen, 15th Edition,

Pearson Education,Inc.

Laporan Media Sosial. Diakses 15 februari (2019) melalui http:// inet.detik.com/

Nasrullah, Rulli. (2015). Media Sosial. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

Pevy Faradila. (2015). Jurnal: Pengaruh penggunaan *celebrity endorser* (Daya tarik,

kepercayaan, keahlian) pada iklan Yamaha Mio M3 terhadap pembentukan brand image (studi pada yamaha mataram sakti semarang).

Premi Wahyu Widyaningrum. (2016). Jurnal: pengaruh label halal dan celebrity endorser

Terhadap keputusan pembelian (survey pada knsumen wardah di ponorogo).

Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia, Desember 2016/1437 H, Volume VI, No. 2: 83-89

Satria,Daniel Adhi Satria dan Sidharta, Helena (2017). Jurnal: Pengaruh citra merek dan kualitas

produk terhadap minat beli konsumen porkball. Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis Volume 2, Nomor 3, Agustus 2017

Survey Badan Pusat Statistik. Diakses 12 februari (2019) melalui http:// bps.go.id/

Wulandari, Ni Made Rahayu dan Nurcahya, I Ketut (2015). Jurnal: Pengaruh *celebrity endorser,*

*brand image, brand trust* terhadap Keputusan pembelian *clear shampoo* di kota Denpasar, Bali. E-Jurnal Manajemen Unud, Vol. 4, No. 11, 2015: 3909-3935

Bramantya, Yan Bayu Bramantya dan Jatra, Made (2016). Jurnal: Pengaruh *Celebrity Endorser*

dan *Brand Image* tehadap Keputusan pembelian Yamaha Jupiter MX di kota Denpasar, Bali. E-Jurnal Manajemen Unud, Vol.5, No.3, 2016: 1745-1771.