

## DAFTAR PUSTAKA

- Adhilendra, Brian Gregory, dan R. F. (2018). Analisis Pengaruh Reputasi Perusahaan Terhadap Niat Pembelian dan Niat Untuk Merekomendasikan (Studi Pada PT. Telkom Indonesia). *Jurnal Bisnis Dan Ekonomi*, 25(2), 160–172.
- Assael, H. (2002). *Consumers Behavior and Marketing Action* (3rd ed.). Kent Publishing Company.
- Gunarto, M. (2018). *Analisis Statistik dengan model persamaan struktural (SEM) Teoritis dan Praktis*. Alfabeta.
- Gupta, R., Kishore, N., dan Verma, D. P. (2015). Impact of Celebrity Endorsements on Consumers' Purchase Intention: A Study of Indian Consumers. *Australian Journal of Business and Management Research*, 5(3), 1–15.
- Hair, J.F., Ringle, C.M., & S. (2014). A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling. *SAGE Publications Ltd*, 46(1–2), 184–185. <https://doi.org/10.1016/j.lrp.2013.01.001>
- Harahap, D. A. (2020). Pentingnya Citra Universitas Dalam Memilih Studi di Perguruan Tinggi. *Niagawan*, 9(3), 191–196.
- Hardle, W.K., & Simar, L. (2015). *Applied Multivariate Statistical Analysis* (Fourth). Springer.
- Hartati, A. (2019). *Endorsment Sebagai Strategi Pemasaran di tinjau dari Etika Bisnis Islam (Studi Kasus di Hayu Olshop Metro)*. Institut Agama Islam Negei (IAIN).
- Haryanto, A. T. (2019). *Pengguna Internet Indonesia Didominasi Milenial*. Inet.Detik.Com.<https://inet.detik.com/telecommunication/d-4551389/pengguna-internet-indonesia-didominasi-milenial>
- Joreskog, K.G., & Sorbom, D. (1993). *LISREL 8: Structural equation modeling with the SIMPLIS command language*. Scientific Software Internasional, Inc.
- Joreskog, K.G., Olsson, U.H., & Wallentin, F. Y. (2016). *Multivariate Analysis with LISREL*. Springer. <https://doi.org/10.1007/978-3-319-33153-9>
- Kanuk, S. dan. (2007). *Perilaku Konsumen* (2nd ed.). PT. Indeks Gramedia.
- Kemdikbud. (2021). *Data Jumlah Lembaga Kursus dan Pelatihan (LKP) di Kota Palembang*.Kemdikbud.Go.Id. <https://referensi.data.kemdikbud.go.id/index31.php>
- Khusnaeni, N. L., Yulianto, E., & Sunarti. (2017). Pengaruh iklan terhadap sikap konsumen serta dampaknya pada keputusan pembelian (Survei pada Mahasiswa S1 Universitas Brawijaya Malang Pengguna Kartu Seluler Telkomsel 4G LTE Versi “Nixia Gamer”). *Administrasi Bisnis*, 47(2), 49–56.
- Kotler, P. dan K. L. K. (2007). *Manajemen Pemasaran jilid 1*. (B. Molan (trans.); 12th ed.). PT. Indeks Gramedia.

- Kotler, P. dan K. L. K. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education, Inc.
- Kristiadi, A. A. (2018). *Manajemen Relasi Komunitas Online* (R. Utami (ed.)). Penerbit Andi (Anggota IKAPI).
- Lanongbuka, M. C. (2018). *Pengaruh Celebrity Endorsement Terhadap Niat Pembelian Konsumen (Studi penggunaan Karin Novilda sebagai bintang iklan dalam Instagram)*. Universitas Atma Jaya Yogyakarta.
- Lisawati, P. (2016). Efektivitas Iklan Pada Jejaring Sosial Sebagai Salah Satu Strategi Pemasaran Bisnis Usaha Kecil Menengah (Ukm) Dengan Menggunakan Metode. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis*, 21(3), 153–159.
- Mekawie, N., & Hany, A. (2019). Understanding the Factors Driving Consumers' Purchase Intention of over the Counter Medications Using Social Media advertising in Egypt. *Procedia Computer Science*, 164, 698–705. <https://doi.org/10.1016/j.procs.2019.12.238>
- Ningtyas, D. A. (2017). *Bagaimana Membuat Bisnis Bimbel Online*. <https://Student-Activity.Binus.Ac.Id/>. <https://student-activity.binus.ac.id/bpreneur/2017/04/bagaimana-membuat-bisnis-bimbel-online/>
- Octaviani dan Arief. (2016). Fenomena perilaku belanja online sebagai alternatif pilihan konsumsi di kalangan mahasiswa universitas negeri surabaya. *Paradigma*, 04(03), 1–5.
- Prakoso, A. (2016). *Pengaruh Social Media Advertising Terhadap Word Of Mouth dan Dampaknya pada Keputusan Pembelian (Survei pada Konsumen Cafe Mochimaco Malang yang Menggunakan Instagram)*. 41(1), 25–31.
- Riyanto, A. D. (2020). *Hootsuite (We are Social): Indonesian Digital Report 2020*. Andi.Link. <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2020/>
- Setiadi, A. (2016). Pemanfaatan Media Sosial untuk Efektifitas Komunikasi. *Jurnal Humaniora Universitas Bina Sarana Informatika*, 16(2).
- Sugiarti, N. (2015). Pengaruh Persepsi Tentang Corporate Social Responsibility Terhadap Reputasi Perusahaan Yang Dimediasi Oleh Citra Merek. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 4(9), 249016.
- Tasruddin, R. (2017). Tren Periklanan di Media Sosial. *Komodifikasi*, 5, 15–20.
- Zahrul, A. . dan A. S. (2018). Pengaruh Promosi Menggunakan Facebook Ads Untuk Meningkatkan Volume Penjualan Cokelat Japo. *Jurnal Ilmu-Ilmu Teknik-Sistem*, 14(3), 1–11.