

DAFTAR PUSTAKA

- A, Shimp, Terence. 2003. *Periklanan Promosi & Aspek Tambahan Komunikasi. Pemasaran Terpadu. Jilid I (Edisi 5)*, Jakarta Erlangga.
- Agus, Salim (2006). *Teori dan Paradigma Penelitian Sosial*. Yogyakarta : Tiarawacana.
- Armstrong dan Philip Kotler. 2003. *Manajemen Pemasaran, Edisi Kesembilan*. Jakarta: PT Indeks Gramedia.
- Alexander, Morissan. (2007). *Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Ramdina Prakarsa.
- Alo Liliweri. 1992. *Dasar-dasar Komunikasi Periklanan*. Bandung: Citra Aditya Bakti.
- Anselm. Strauss, Corbin. Juliet. 2003. *Dasar Dasar Penelitian Kualitatif*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Ardianto, Elvinaro & Q-Anees, Bambang. 2007. *Filsafat Ilmu Komunikasi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Atmoko Dwi, Bambang. 2012. *Instagram Handbook Tips Fotografi Ponsel*. Jakarta: Media Kita.
- Batra, Rajeev and Pamela Miles Homer. 2004. The Situational Impact of Brand Image Beliefs. *Journal Of Consumer Psychology*, 14(3), 318–330
- Blaxter, Loraine., Christina Hughes and Malcolm Tight. (2001). *How to Research (second Edition)*. Buckingham: Open University Press.
- Bogdan dan Taylor, 1975 dalam J. Moleong, Lexy. 1989. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remadja Karya.
- Budiargo, Dian. 2015. *Berkomunikasi ala Net Generation*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo Kompas Gramedia.
- Cravens, David W., & Piercy, Nigel F. (2004). *Strategic Marketing (7th ed.)*. New York: McGraw-Hill.
- Chaffey, D. (2011). *E-commerce & E-business Management 5th Edition*. New Jersey: Prentice Hall.
- David, Fred, R. 2011. *Strategic Management Manajemen Strategi Konsep, Edisi 12*, Salemba Empat, Jakarta.
- Depdiknas RI, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta : Balai Pustaka, 2002), hal. 852
- Doucett, Elisabeth. (2008). *Creating Your Library Brand, Communicating Your Relevance and Value to Your Patrons*. Chicago : American Library Association (E-books).
- Effendy, Onong Uchjana (2007), *Ilmu Komunikasi (Teori dan Praktek)*, Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Elvinaro, Ardianto, *Komunikasi Massa : Suatu Pengantar*, (Bandung : Simbiosis Rekatama Media, 2004), hal. 125

- Estaswara. (2008). *Think IMC: Efektifitas Komunikasi Untuk Meningkatkan Loyalitas Merek dan Laba Perusahaan*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama
- Kasali, Rhenald. 1995. *Manajemen Periklanan – Konsep dan Aplikasinya di Indonesia*, Jakarta : Pustaka Utama Grafiti.
- Frank Jefkins, *Periklanan* (Jakarta: Erlangga, 1995) hal. 5
- Freddy Rangkuti. 2013. *Riset Pemasaran*. Gramedia Pustaka Utama: Jakarta
- Ghazali, Miliza. 2016. *Panduan Menjana Pendapatan dengan Facebook dan Instagram*. Malaysia: Publishing House.
- Hamidi. 2005. *Metode Penelitian Kualitatif: Aplikasi Praktis Pembuatan Proposal Dan Laporan Penelitian*. Malang: UMM PRESS.
- Husein Umar. 2007, *Metode Penelitian Untuk Skripsi Dan Tesis Bisnis*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Hopkins, Jim. "Surprise! There's a Third You-Tube Co Founder." USA Today. October 11, 2006, July 11, 2007,1.
- Indiwan Seto Wahyu Wibowo. *Semiotika Komunikasi: Aplikasi Praktis Bagi Penelitian dan Skripsi Komunikasi, Edisi 2*. Jakarta: Mitra Wacana Media. 2013, hal 52
- Kaplan, Andreas. M. dan Haenlein. Michael. 2010. *Users of the world unite! The challenges and opportunities of Social Media*. Business Horizon.
- Kasali, Rhenald. 1992. *Manajemen Periklanan Konsep dan aplikasinya Di Indonesia*. Jakarta: Pustaka Utama Grafiti
- Kasali, Rhenald. 1995. *Manajemen Periklanan – Konsep dan Aplikasinya di Indonesia*, Jakarta : Pustaka Utama Grafiti.
- Kennedy, John. E; R Dermawan Soemanagara., 2006. *Marketing Communication – Taktik dan Strategi*. Jakarta. PT Buana Ilmu Populer (kelompok Gramedia).
- Khatri, Dr. Puja. 2006. *Celebrity Endorsement: A Strategic Promotion Perspective*. *Indian Media Studies Journal Vol. 1 July-Dec*
- Kotler, Philip. 1997. *Manajemen Pemasaran Analisis Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian (terjemahan Jaka Wasana)*. Salemba Empat. Jakarta.
- _____. 2002. *Manajemen Pemasaran, Edisi Milenium*. (2002). Jakarta: PT.Prehalindo.
- _____. 2004. *Prinsip-prinsip Pemasaran*, Erlangga, Jakarta.
- _____ and Gary Armstrong. 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran. Edisi 12. Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Kevin L. Keller. 2006. *Manajemen Pemasaran edisi ke 12 Jilid ke 1*. New Jersey, Indeks
- Kotler, Philip. 2010. *Manajemen Pemasaran. Edisi tiga belas Bahasa Indonesia. Jilid 1 dan 2*. Jakarta : Erlangga.
- Lombo, Victor Eko Prasetyo and Maria V. J. Tielung. 2014. *The Impact Of Celebrity Endorsement To Youth Consumer Purchase Decision On Adidas Apparel Product*. *Jurnal EMBA Vol.2 No.3 September 2014*, Hal. 1246-1254
- Machfoedz, Mahmud. 2010. "Komunikasi Pemasaran Modern", *Cetakan Pertama*, Cakra Ilmu: Yogyakarta.

- Michael Haenlein. *Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media*". (Business Horizons, 2010), hal. 59–68
- Miliza Ghazali. 2016 *Buat Duit Dengan Facebook dan Instagram : Panduan Menjana Pendapatan dengan Facebook dan Instagram*. Malaysia: Publishing House Hal. 8.
- Miles, B. Mathew dan Michael Huberman. 1992. *Analisis Data Kualitatif Buku Sumber Tentang Metode-metode Baru*. Jakarta: UIP.
- Moleong. J. Lexy. 2005. *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung: Remaja Rosdakarya.
- _____. 2006. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- _____. (2007) *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Penerbit PT Remaja Rosdakarya Offset, Bandung.
- Morissan. (2007). *Periklanan : Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta : Ramdina Prakarsa.
- Moqaddas, Samia dkk. 2017. Impact of Credibility of Celebrity Endorser on Purchase Intention and Advertising Effectiveness: *Moderating Role of Experience*. *European Academic Research Vol. IV*, Issue 10/ January 2017
- Mulyana, Deddy. *Metodologi Penelitian Kualitatif Paradigma Baru Ilmu Komunikasi dan Ilmu Sosial Lainnya*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya. 2001, hal 9
- Ohanian, Roobina (1991), "The Impact of Celebrity spokespersons" Perceived Image on Consumers' Intention to purchase, "*Journal of advertising Research*, 31(1), 46-53.
- Parengkuan, dkk. 2014. Analisis Pengaruh Brand Image dan Celebrity Endorsement Terhadap Keputusan Pembelian Produk Shampo Head and Shoulders di 24 Mart Manado. *Jurnal EMBA*, Vol 2. No 3 September 2014, Hal 1792-1802. ISSN 2303-1174.
- Pendidikan Nasional RI, Kamus Besar,... h. 740.
- Rini, Endang Sulistya., dan Astuti, Dina Widya. 2012. Pengaruh Agnes Monica Sebagai Celebrity Endorser Terhadap Pembentukan Brand Image Honda Vario, Bisma *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, Vol. 6, No. 1, pp.1-12.
- Royan, Frans M, *Marketing Celebrities (2005)*, "*Selebriti Dalam Iklan Dan Strategi Selebriti Memasarkan Diri Sendiri*", PT Elex Media Komputindo, Jakarta.
- Schiffman, L.G dan Leslie Lazar Kanuk. 1997. *Consumers Behaviour*. New Jersey: Prentice-Hall, Inc.
- _____. 2000. *Consumers Behaviour*. Edisi ke 7. New Jersey: Prentice-Hall, Inc.
- Shimp, Terence A, 2003. *Periklanan Promosi Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terjemahan oleh Revyani Sjahrial dan Dyah Anikasari*. Edisi ke 5, Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Singarimbun, Masri dan Sofian Effendi, 2006, *Metode Penelitian Survei (Editor)*, LP3ES, Jakarta.
- Smith, Paul, etc. 1999. *Strategic Marketing Communications: New Ways to Build and Integrate Communications*. London: Kogan Page.

- Stoner, S., James A.F., Edward Freeman and Gilbert, Daniel. 2005. *Management*, New Jersey: Prentice Hall inc.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung : Alfabeta.
- Sulianta, Feri. (2015). *Keajaiban Media Sosial*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Syed,R.U.H. & Raja,A.J. (2014). Influence of Celebrity Endorsement on Consumer Purchase Intention for Existing Products: A Comparative Study. *Journal of Management Info*, 4(1), pp.1-23.
- Tim Pusat Humas Kementerian Perdagangan RI. 2014. *Panduan Optimalisasi Media Sosial Untuk Kemantrian Perdagangan RI* hal. 26. Jakarta : Pusat Humas Kementerian Perdagangan RI.
- Tjiptono, Fandy. (2006). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset
- Uma Sekaran. 2009. *Research Method For Business: Metodologi Penelitian untuk Bisnis. Edisi 4*. Jakarta : Salemba Empat.
- Uyung Sulaksana 2005. *Intergrated Marketing Communication*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Uyung Sulaksana, 2007, “Integrated Marketing Communications”, Jakarta: Pustaka Pelajar.

