

DAFTAR PUSTAKA

- Anwar, Sanusi. 2011. *Metodologi Penelitian Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat
- Ardianto, Elvinaro. 2011. *Metodologi Penelitian untuk Public Relations Kuantitatif dan Kualitatif*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media
- Bungin, Burhan. 2005. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Kencana
- Arikunto, Suharsimi. 2010. *Prosedur Penelitian Suatu pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Brogan, Chris. 2010. *Social Media 101:Tactics and Tips to Develop Your Business Online*. John Wiley & Sons
- Clow, Kenneth & Baack, Donald. 2016. *Integrated Advertising, Promotion and Marketing Communication*. England: Pearson Education.
- Ghozali, Imam. 2011. “Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS”. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. 2012. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 20*. Semarang: Badan Penerbit – Universitas Diponegoro
- John, M, Ivancevich. 2006. *Perilaku dan Manajemen Organisasi. Edisi 7*. Jakarta: Erlangga.
- Kennedy, Jhon E. & Soemanagara, R.D. 2006. *Marketing communications: Taktik dan strategi*. Jakarta: PT Bhuana Ilmu Populer.
- Kennedy, John E. & Soemanagara, R.D. 2009. *Marketing Communication: Taktik & Strategi Cetakan Ke-3*. Jakarta:PT Bhuana Ilmu Populer.
- Kotler, Philip dan Armstrong, Gary 2012. “*Principles Of Marketing*”. Edisi 14. New Jersey: Prentice Hall.
- Kotler, Philip, dan Armstrong Gary. 2014. *Principles Of Marketing. Edisi 15*. New Jersey: Global Edition Pearson Education.
- Kotler, Philip dan Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran. Edisi 13. Jilid 1*. Jakarta:Erlangga

- Kriyantono, Rahmat. 2006. *Riset Komunikasi: Disertai Contoh Praktis Riset Media, Public Relations, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: PT: Kencana Perdana.
- Kriyantono, Rakhmat. 2010. *Teknik Riset Komunikasi*. Jakarta: PT Kencana Perdana.
- M. Nisrina. 2015. *Bisnis Online, Manfaat Media Sosial dalam Meraup Uang*. Yogyakarta: Kobis
- Jonathan, Sarwono. 2006. *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Yogyakarta : Graha Ilmu
- Santoso, Singgih. 2010. *Statistik Parametrik : Konsep dan Aplikasi dengan SPSS*. Jakarta : Gramedia
- Schiffman, Leon G., Kanuk, Leslie Lazar, Wisenblit, Joseph. 2010). *Consumer Behavior, 10th Edition*. New Jersey: Pearson Education, Inc.
- Shimp, T.A. 2007. “*Periklanan Promosi (Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu)*”. *Jilid I, Edisi Terjemahan*. Jakarta: Erlangga.
- Shimp, T. A. 2010. *Advertising Promotion and Other Aspects of Integrated Marketing Communications*. 8th Edition. South-Western College Publication.
- Sugiyono. 2006. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Pendidikan : Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R &D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: PT Alfabet.
- Suryani, T. 2013. *Perilaku Konsumen*. Edisi Pertama. Cetakan Pertama. Yogyakarta: Graha Ilmu

JURNAL:

- Allisya., Andriani., Kholid. 2016. *Pengaruh Online Behavioural Advertising (Oba) Terhadap Sikap Dan Dampaknya Pada Minat Beli*.

<http://administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id/index.php/jab/article/view/1465/1844>. (Diakses pada 21 November 2018 pukul 15:22).

Bahqrin,. Sukirno. 2014. Pengaruh Kredibilitas Endorser Agnes Monica Dalam Iklan Kartu Prabayar Simpati Di Televisi Terhadap Minat Beli Konsumen. <file:///C:/Users/user/Downloads/585-1317-1-SM.pdf>. (Diakses pada 16 Februari 2019 pukul 23:54)

Cholifah , Nike., Suharyono., Hidayat, Kadarisman. 2016. *Pengaruh Celebrity Endorser Terhadap Brand Image*. Jurnal Administrasi Bisnis (JAB). Vol. 36 No. 1 Juli 2016. <https://media.neliti.com/media/publications/87109-ID-pengaruh-celebrity-endorser-terhadap-bra.pdf>. (Diakses pada 21 November 2018 pukul 13:34)

Mardiana, Siska. 2013. *Peranan Komunikasi Pemasaran Dalam Membentuk Perilaku Konsumen*. Jurnal Komunikasi, Volume 2, Nomor 2, Mei - Agst 2013, Halaman 40 – 46. <file:///C:/Users/user/Downloads/347-972-1-SM.pdf>. (Diakses pada 21 November 2018 pukul 12:48).

Nuri., Edy., Sunarti. 2017. Pengaruh Iklan Terhadap Sikap Konsumen Serta Dampaknya Pada Keputusan Pembelian. Vol. 47 No. 2 Juni 2017. <https://media.neliti.com/media/publications/88016-ID-pengaruh-iklan-terhadap-sikap-konsumen-s.pdf>. (Diakses pada 7 November 2018 pukul 13:24).

Rahmah, Nikmatur. 2015. Pengaruh Kredibilitas Endorser Iklan Sensodyne Pada Sikap Konsumen (Terhadap Iklan dan Produk) dan Minat Beli Konsumen (Studi pada Mahasiswa Universitas Brawijaya Malang). <https://media.neliti.com/media/publications/55292-ID-pengaruh-kredibilitas-endorser-iklan-sen.pdf>. (Diakses pada 17 Februari 2019 pukul 12:11).

Riyono., Gigh.,. 2016. Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Aqua. Vol 8 No.2. <https://media.neliti.com/media/publications/133954-ID-pengaruh-kualitas-produk-harga-promosi-d.pdf>. (Diakses pada 16 Februari 2019 pukul 23:36)

- Choi, Marina., Rifon, Nora., 2002. *Antecedents And Consequences Of Web Advertising Credibility: A Study Of Consumer Response To Banner Ads*. Journal of Interactive Advertising, Vol 3 No 1. [file:///C:/Users/user/Downloads/Antecedents and Consequences of Web Advertising Cr.pdf](file:///C:/Users/user/Downloads/Antecedents%20and%20Consequences%20of%20Web%20Advertising%20Cr.pdf). (Diakses pada 27 Februari 2019 pukul 22:34)
- Sintani, Laurencia. 2016. Pengaruh Penggunaan Celebrity Endorser Isyana Sarasvati Dalam Iklan “Isyana vs Gangster” Terhadap Brand Awareness Masyarakat Surabaya. Vol 4. No.1 Tahun 2016 Jurnal. <http://publication.petra.ac.id/index.php/ilmu-komunikasi/article/view/4883>. (Diakses pada 21 November 2018 pukul 13:55)
- Tantri, Anita. 2016. *Pengaruh Endorser Pada Media Sosial Instagram Terhadap Perilaku Pembelian Konsumen*. <http://ejournal.uajy.ac.id/10326/1/JURNALEA19694.pdf>. (Diakses pada 21 November 2018 pukul 13:43)
- Yanuar., Suharyono ,. Sunarti. 2014. Fakultas Ilmu Admi PENGARUH CELEBRITY ENDORSER TERHADAP MINAT BELI (Survei pada Pengunjung 3Second Store di Jalan Soekarno Hatta Malang). <https://media.neliti.com/media/publications/84414-ID-pengaruh-celebrity-endorser-terhadap-min.pdf>. (Diakses pada Minggu, 17 Februari 2019).

INTERNET:

- <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2018/02/09/berapa-pengguna-instagram-dari-indonesia> (Diakses pada Senin, 8 Oktober 2018).
- <https://www.maybelline.co.id/about-maybelline> (Dilansir dari pada Selasa, 18 September 2018 pukul 12.26)
- <https://meeberpos.com/blog/index.php/2018/04/01/beda-buzzer-influencer-endorser/> (Diakses pada Senin, 10 Oktober 2018 pukul 21:07).
- <https://reader.elsevier.com/reader/sd/pii/S0747563216307506?token=B8F37AA13930498707B700A227B19537207CA67BBAA2F8229A9E32049D97028806102>

[AE85BA3DCFCA88347A39584A1F5](#) (Diakses Pada Selasa, 23 Oktober 2018 pukul 13:20)

<https://wolipop.detik.com/read/2018/02/08/103226/3856393/234/5-penjelasan-ilmiah-kenapa-wanita-suka-banget-pakai-makeup> (Diakses pada Minggu, 30 September 2018 pukul 19.31)

<http://www.topbrand-award.com/>