

DAFTAR PUSTAKA

Buku

J. Paul Peter dan James H. Donnelly. 2012. *Marketing Management: Knowledge and Skills*. Jakarta

Kotler Phillip, Kevin Lance Keller. 2012. *Marketing Management 14th edition*. Jakarta:PT. Indeks Kelompok Gramedia.

Gusti Ngurah Aditya Lesmana, Tesis: *Analisis Pengaruh Media Sosial Twitter Terhadap Pembentukan Brand Attachment* (Studi: PT. XL AXIATA), (Program Magister Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Indonesia). hal, 10-11

Denis McQuail, *Teori Komunikasi Massa Suatu Pengantar*, (Jakarta: Erlangga, 1992),hal.71

Kotler Phillip. 2008. *Marketing Management*. Pearson Education Inc

Atmoko, Dwi, Bambang. (2012). *Instagram Hanbook Tips Fotografi Ponsel*, Jakarta: Media Kita.

Sugiyono (2013), *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kalitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta Sugiyono

Hendraso. *Kualitatif* (Suharyanto dan Sutinah, 2011: 166)(2014), *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung: Alfabeta Sugiyono. (2008). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung : ALFABETA

Moleong, Lexy (2012), *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya

Dikutip Belch, G.E. & Belch, M.A. *Introduction to Advertising and Promotion: An Integrated Marketing Communication Perspective*, 2003:12

Ardianto, Elvinaro. 2011. *Metodologi Penelitian untuk Public Relations Kuantitatif dan Kualitatif*. Bandung : Simbiosis Rekatama Media Wijaya, Bambang Sukma The Development of Hierarchy of Effects Model in Advertising / 73 – 85 / Vol. 5 | No. 1

Jurnal

Darmansyah, Muhartini Salim, dan Syamsul Bachri (2014)

Pengaruh Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian Produk di Indonesia. Jurnal Aplikasi Manajemen | Volume 12 | Nomor 2 | Juni 2014

Yana Respati dewi 2018

Pengaruh celebrity endorsement terhadap *brand* credibility dan *brand* equity pada *online* shop (study pada *online* shop vanilla hijab Indonesia) Jurnal Ekonomi Bisnis Vol. 22, No. 2, Oktober 2017 hlm 80 - 86

Made resta Handika, Agus Fredy Mardona Gede Sri Darma 2018.

Strategi Pemasaran Bisnis Kuliner Menggunakan Influencer Melalui Media Sosial Instagram. Jurnal Manajemen dan Bisnis, Volume 15, No. 2, Mei 2018

Ratih Galuh Pradewi, Tri Yuliyanti, Fitri Norhabiba 2019.

Pengaruh Endorsement terhadap Sikap Konsumen dan Minat Pembelian Produk Lipstik Pada *Online* Shop dengan Media Sosial Instagram. Jurnal Representamen Vol 5 No. 01 April 2019

Gayatri Hutami Putri, Bhina Patria 2018.

Pengaruh Endorsement Selebriti Instagram terhadap Minat Beli Remaja Putri. Jurnal Professional Psychology (GAMAJPP) Volume 4 No. 1, 2018: 33-41

Internet

Eman, Sulaiman (Kamis 4 Juli 2019 – 19:15 WIB)

<https://cyberthreat.id/read/1120/Berapa-Jumlah-Followers-untuk-Jadi-Selebgram-Ini-Jawabannya>

Gusti Ngurah Aditya Lesmana (2012), Analisis Pengaruh Media Sosial Twitter Terhadap Pembentukan *Brand Attachment* (Studi: PT. XL AXIATA), (Program Magister Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Indonesia). hal, 10-11

<http://digilib.uinsby.ac.id/15465/4/Bab%202.pdf>

Arlina, Design. Diakses tahun 2015-2016 Promotion Mix

<https://www.ilmu-ekonomi-id.com/2016/10/bauran-promosi-promotion-mix.html>

<https://prezi.com/vddmcub-ss/social-media-definisi-fungsi-karakteristik/>

(diakses pada 18 Desember 2016)

Osabel, Deborah. (27 Januari 2016). Digital in 2016. Diakses pada 15 November 2016, dari Wearesocial.com :

<http://wearesocial.com/sg/special-reports/digital-2016>

Panitasari, Nurul Jurnal pengaruh harga dan kualitas produk terhadap minat beli Abon Lele Bang Zay (Studi pada Konsumen Abon Lele Bang Zay di Kota Malang)

<http://eprints.umm.ac.id/35242/3/jiptumpp-gdl-nurulpenit48740-3-babii.pdf>

SD, Yanuar (2016) Jurnal pengaruh celebrity endorser dan desain produk terhadap citra merek dan dampaknya pada keputusan pembelian produk merek bloods industry bandung (*Survey pada konsumen BLOODS INDUSTRIES Bandung*)

<http://repository.unpas.ac.id/14511/>