

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah , S., & Susanto , T. E. (2015). *Statistika Tanpa Stres*. Jakarta : Transmedia.
- AG. Suyono, Sukmawati, S., & Pramono. (2012). *Pertimbangan Dalam Membeli Produk Barang Maupun Jasa*. Intidayu Press. Jakarta: Intidayu Press.
- Ahmad, A. H., Idris, I., Mason, C., & Chow, S. K. (2019). The Impact of Young Celebrity Endorsements in Social Media Advertisement and Brand Image Towards the Purchase Intention of Young Consumers. *International Journal of Financial Research*, 10.
- Apejoye, A. (2013). Influence of Celebrity Endorsement of Advertisement on Students' Purchase Intention. *Journal of Mass Communication and Journalism*, 7.
- Ardianto, E. (2011). In *Metodologi Penelitian untuk Public Relations: kuantitatif dan kualitatif*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Azwar, S. (2012). *Reliabilitas dan Validitas, Edisi 4*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Bungin, B. (2011). *Metode Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Dina Najib H. A , S. F., Daud , I., & Rosa , A. (2019). Pengaruh Trustworthiness, Expertise, Dan Attractiveness Celebrity Endorser Di Instagram Terhadap Purchase Intention Produk Hijab (Studi Kasus pada Akun Instagram @gitasav). *Junal Ilmiah Manajemen Bisnis Dan Terapan* , XIV.
- Effendi, A. P. (2018). Efektifitas Pesan Etika Berkendara pada Iklan Layanan Masyarakat Zebra Boss Episode 1-4 Dengan Menggunakan EPIC Model. *UMM Institutional Repository*.
- Gitosudarmo, I. (2012). In *Manajemen Pemasaran Edisi II*. Yogyakarta: BPEE.
- Hair, J. F. (2010). *Multivariate Data Analysis: An Overview* (7th Edition ed.). United States: Pearson.
- Imam, G. (2016). *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 23*. Semarang: BPFE Universitas Diponegoro.
- Irawan, S. B. (2005). In *Manajemen Pemasaran Modern. Edisi Kedua. Cetakan kedua belas*. Yogyakarta: Liberty Offset.
- Keller, K. (2012). *Marketing Management Edisi 14. Global Edition*. New Jersey: Pearson.

- Kennedy, J. S. (2006). In *Marketing Communication : Taktik & Strategi*. Jakarta: Bhuana Ilmu Komputer.
- Khansa, M. (n.d.). *Amanah Weblog*. Retrieved 05 25, 2020, from <https://amanahtp.wordpress.com/2012/04/05/regresi-linier-sederhana>
- Kotler, & Amstrong. (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran. Jilid 1 dan 2. Edisi 12*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, & Keller. (2014). In *Manajemen Pemasaran. Jilid I. Edisi Ke 13*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, A. (2008). In *Dasar – dasar pemasaran. Alih bahasa oleh Alexander Sindoro dan Tim Mark Plus*. Jakarta: PT. Indeks Gramedia.
- Kotler, P. &. (2009). In *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Lidyawatie. (n.d.). *Perilaku Konsumen Dasar Pemasaran*. Retrieved 05 25, 2020, from <http://edisugiartonos.blogspot.com/2011/12/perilaku-konsumen-dasar-pemasaran.html>
- Mariyanti, L. D., & Rahanatha, G. B. (2015). Pengaruh Celebrity Endorsers dan Pesan Iklan di Televisi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Es Krim Wall's Magnum Belgium Chocolate. *E-Jurnal Manajemen Unud, 4*.
- Pratiwi, I., & Moeliono, N. (2015). Pengaruh Celebrity Endorser Maudy Ayunda Terhadap Minat Beli Produk Teh Javana (Studi Pada Masyarakat Di Kota Bandung). *e-Proceeding of Management 10*.
- Riduwan, & Akdon. (2013). *Rumus dan Data dalam Analisis Statistika*. Bandung: Alfabeta.
- Sanusi, A. (2011). *Metode Penelitian Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.
- Schiffman, L. G. (2007). In *Consumer behavior (9th ed.)*. New Jersey: Prentice Hall.
- Shiffman, L. d. (2004). In *Perilaku Konsumen. cetakan ke 2*. Jakarta: Percetakan PT. Sun.
- Shimp, A. T. (2003). In *Periklanan dan Promosi: Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu. Alih Bahasa oleh Revyani Syahrial dan Dyah Anikasari. Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Shimp, T. A. (2003). In *Integrated Marketing Communication in Advertising & Promotion 6th Edition*. South Western: International Student Edition Tompson.

- shimp, T. A. (2010). In *Integrated Marketing Communication in Advertising & Promotion 6th Edition*. South Western: Internation Student Edition Tompson.
- Shimp, T. A. (2010). In *Advertising promotion, and other aspects of integrated marketing communications. (8th ed.)*. South-Western College Publication.
- Soegoto, E. S. (2018). *Marketing Research*. Jakarta: PT. Media Elex Komputindo.
- Sugiono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif*. Bandung: Alfabeda.
- Utarsih , H. (2014). Pengaruh Celebrity Endorser Terhadap Minat Beli Kartu AS . *Jurnal ILMAN , 1*.
- Wijaya, B. S. (2012). The Development of Hierarchy of Effect Model in Advertising. *International Research Journal of Business Studies, 7*.
- Zaelani, A., & Maulana, L. H. (2017). Pengaruh Celebrity Endorser dan Pesan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Ice Cream Wall's Cornetto Disc Chocolate di Kota Bogor. *Jurnal Visionida, 3*.