

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Thamrin. (2013). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajawali Pers
- Alma, B. (2012). *Manajemen Pemasaran dan Komunikasi Promosi*. Bandung: Alfabeta.
- Anggraeni, R. D., Pangestuti, E., & Devita, L. D. R. (2018). Pengaruh Endorsement Beauty Vlogger Terhadap Minat Beli Make Up Brand Lokal (Survey Pada Peminat Kosmetik Lt Pro Yang Dipengaruhi Oleh Video Vlog Ini Vindy Di Kota Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 60(1), 155-162.
- Ashman, R., Solomon, M. R., & Wolny, J. (2015). An old model for a new age: Consumer decision making in participatory digital culture. *Journal of Customer Behaviour*, 14(2), 127-146.
- Assael H, (2001), *Consumer Behavior and Marketing Action*, Edisi 3, Kent Publishing Company, Boston Massachusset,AS.
- Brogan, C. (2010). *Social media 101: Tactics and tips to develop your business online*. John Wiley & Sons.
- Bsat, M. Z., Song, G. F., Chaipooiratana, S., & Combs, H. BEHAVIORAL SCIENCES.
- Carr, C. T., Hayes, R. A., Smock, A., & Zube, P. (2016). Facebook in presidential elections: Status of effects. *Social media and politics: A new way to participate in the political process*, 41-70.
- Deddy Mulyana, J. R. (2014). *Komunikasi Antar Budaya*. Bandung: Ramaja Rosdakarya.

Febriyantoro, M. T., & Arisandi, D. (2018). Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Pada Era Masyarakat Ekonomi Asean. *JMD: Jurnal Riset Manajemen & Bisnis Dewantara*, 1(2), 62-76. <https://doi.org/10.26533/jmd.v1i2.175>

Gunelius, S. (2011). *30 Minute Social Media Marketing*. McGraw-Hill.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). Marketing management. Global ed. *Harlow, England: Pearson*

Education Limited.

Lupiyoadi, R. Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kompetensi. 2013. *Salemba Empat, Jakarta.*

Malangoni, M. A., Fabian, T. C., Lucas, C. E., & Britt, L. D. (2003). Staged management of giant abdominal wall defects-Acute and long-term results-Discussions.

Mahajana, D. N. (2018). ANALISIS RETORIKA PADA SELEBGRAM ANYA GERALDINE

DI INSTAGRAM (Doctoral dissertation, UNIVERSITAS BAKRIE).

Moore, H. F., & Canfield, B. R. (1977). Public relations: Principles, cases, and problems.

McGraw-Hill/Irwin.

Mubarok, D. A. A. (2016). Pengaruh Celebrity Endorsement terhadap Minat Beli Konsumen. *E-*

Jurnal STIE INABA, 15(3), 1-16.

Nulufi, K. (2015). Murwatiningsih.(2015). Minat Beli sebagai Mediasi Pengaruh Brand Image

dan Sikap Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Batik di Pekalongan. *Management Analysis Journal*, 4(2), 129-141.

- Olujimi, K. (2017). Marketing Communications.
- Pradiani, T. (2018). Pengaruh Sistem Pemasaran Digital Marketing Terhadap Peningkatan Volume Penjualan Hasil Industri Rumahan. *Jurnal Ilmiah Bisnis Dan Ekonomi Asia*, 11(2), 46-58. <https://doi.org/10.32812/jibeka.v11i2.45>
- Puntoadi, D. (2011). Meningkatkan Penjualan Melalui Social Media. *Jakarta: Gramedia*.
- Putri, G. H., & Patria, B. Pengaruh Endorsement Selebriti Instagram terhadap Minat Beli Remaja
Putri. *Gajah Mada Journal of Professional Psychology (GamaJPP)*, 4(1), 33-41.
- Rahmawati, D. (2016). pemilihan dan Pemanfaatan Instagram sebagai media Komunikasi pemasaran Online (studi deskriptif kualitatif pada Akun instagram@freezybrowniezz). *Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga, Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora. Yogyakarta: Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga*.
- Rohani, S., Hufron, M., & Rizal, M. (2020). Pengaruh Media Sosial Dan Celebrity Endorser Terhadap Minat Beli Ulang Dengan Brand Trust Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Pelanggan Ms Glow Aesthetic Clinic Malang). *Jurnal Ilmiah Riset Manajemen*, 9(10).
- Sangadji, E. Mamang, dan Sopiah. 2013. *Perilaku Konsumen*.
- Sarwono, J. (2014). Path analysis dengan SPSS. Elex Media Komputindo.
- Shimp, T. A. (2010). *Integrated Marketing Communication in Advertising and Promotion/por*
Terence A Shimp (No. 658.8 S45.).
- Syarief, F. (2017). Pemanfaatan Media Sosial Dalam Proses Pembentukan Opini Publik (Analisa

Wacana Twitter Sby). *Jurnal Komunikasi*, 8(3).

Syafi'ie, I. (1988). *Retorika dalam menulis*. Jakarta: Depdikbud.

Tresnawati, Y., & Prasetyo, K. (2018). Pemetaan Konten Promosi Digital Bisnis Kuliner

kika's Catering di Media Sosial. *PRofesi Humas : Jurnal Ilmiah Ilmu Hubungan Masyarakat*, 3(1), 102-119. <https://doi.org/10.24198/prh.v3i1.15333>

Yonekura, H. (2005). Institutional reform in Indonesia's food security sector: The transformation

of Bulog into a public corporation. *The Developing Economies*, 43(1), 121-148.

Yusuf, M. (2017). *Pengaruh Endorsement, Desain Produk, dan Informasi Produk terhadap*

Minat Beli Produk Fashion di Instagram (Doctoral dissertation, STIE YKPN).

Amir Sodikin. (2017). Fenomena selebgram, saat "endorsement" jadi bisnis raksasa menggiurkan. Retrieved from

<https://megapolitan.kompas.com/read/2017/01/17/09042701/fenomena.selebgram.saat.endorsement.jadi.bisnis.raksasa.menggiurkan> diakses pada 13 November 2020

<https://kumparan.com/kumparantech/riset-64-penduduk-indonesia-sudah-pakai-internet-1ssUCDbKILp> diakses pada 13 November 2020

<https://vik.kompas.com/selebgram/> diakses pada 13 November 2020

<https://www.statista.com/statistics/578364/countries-with-most-instagram-users/> diakses pada 13 November 2020

<https://www.worldometers.info/coronavirus/> diakses pada 13 November 2020