

DAFTAR PUSTAKA

- Anghel, Christine. (2009). *The Effect of Celebrity Endorsements on Gift – Giving Purchases: An Application of the Elaboration Likelihood Model*. University of South Florida. Dissertation. Retrieved from <http://scholarcommons.usf.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=2833&context=etd>
- Amstrong, G & Kotler P. (1997). *Prinsip - Prinsip Pemasaran*, cetakan pertama. Jakarta: Erlangga.
- Amstrong, G & Kotler P. (1998). *Dasar – Dasar Pemasaran*, cetakan pertama. Jakarta: Prenhallindo.
- Apjii. (2015). Statistik Indonesia Internet Users. Retrieved from <https://apjii.or.id/>, Diakses pada 17 Februari 2015.
- Apjii. (2014). Data Statistik Masyarakat Internet Indonesia Terhadap Online Shopping. Retrieved from <https://apjii.or.id/>, Diakses pada 17 Februari 2015
- Azwar, Saifuddin. (2012). *Reliabilitas dan Validitas*, Edisi 4. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Bungin, Burhan. (2011). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Kencana
- Cangara, Hafied. (2002). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Rajawali Press.
- Cravens, David, W. (1998). *Pemasaran Strategis*. Jakarta: Erlangga.
- Gopego. (2015). Popularitas Instagram semakin meningkat. Retrieved from <http://www.gopego.com>, Diakses pada 12 Maret 2015
- Gopego. (2013). Grafik Pengguna Instagram di Indonesia. Retrieved from <http://www.gopego.com>, Diakses pada 13 Maret 2015
- Indonesia, Simpqq. (n.d). Analisis Jumlah Followers Selebgram. Retrieved from <http://www.simpqq-indonesia.com>, Diakses pada 12 Maret 2015, dari
- Indoesia, Simpqq. (2013). Analisis Cara meningkatkan Penjualan Secara Online. Retrieved from <http://www.simpqq-indonesia.com>, Diakses pada 12 Maret 2015
- Inhelder, B. dan J. Piaget. (1958). *The Growth of Logical Thinking from Childhood to Adolescence*. New York: Basic Books.
- J. & Percy, L. (1997). *Advertising communications & promotion Management*. 2nd edition. New York: McGraw - Hill.
- Lestari, Gita. (2010). *Evaluasi dan Perancangan Pesand dalam Iklan Jangan Merokok untuk Siswi SMA melalui Metode Elaboration Likelihood Model*. Program Manajemen FEUI. Master thesis. Retrieved from <http://lontar.ui.ac.id/detail.jsp?id=20340723>
- Miller, K. (2005). *Communication Theories: Perspectives, processes, and contexts*. 2nd Ed. New York: McGraw-Hill. Rossiter,
- Percy, Larry. (1985). *Advertising Communication Models. Advances in Consumer*

Research, Volume 12. Journal Internasional. Retrieved from
<https://www.acrwebsite.org/search/view-conference-proceedings.aspx?Id=6443>

Royan, Frans M. (2005). *Marketing Celebrities :Selebriti Dalam Iklan Dan Strategi Selebriti Memasarkan Diri Sendiri*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.

Salim, Agus. (2001). *Teori dan Paradigma Penelitian Sosial*. Yogyakarta: Tiara Wacana.

Santoso, Singgih. (2010). *Statistik Multivariat*, Jakarta: PT Gramedia.

Shimp, Terrence A. (2003). *Periklanan Promosi Aspek Tambahan Komunikasi Terpadu*. Jakarta: Erlangga.

Siagian, D & Sugiarto. (2000), *Metode Statistika: Untuk Bisnis dan Ekonomi*, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

Haryono. (2015). Pertimbangan pemilihan Selebrity Endorser. Retrieved from
<http://www.tuliside.com/tips-ig-cara-agar-anak-menjadi-populer-dan-terkenal-di-instagram-selebgram-cilik/>, Diakses pada 12 Maret 2015

Sugiyono. (1999). *Metode Penelitian Bisnis*, Bandung: CV. Alfabeta.

Sumarni, M & J. Soprihanto. (1995). *Pengantar Bisnis: Dasar – Dasar Ekonomi Perusahaan*. Yogyakarta: Liberty.

Sumarni, M & J. Soprihanto. (1998). *Dasar- Dasar Ekonomi Perusahaan*. Yogyakarta: Liberty.

Swastha, Basu. Irawan. (2008). *Manajemen Pemasaran Modern*. Jakarta: Liberty.

Umar, Husein. (2005). *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.

Warsidi. (2009). Marketing Mix. Retrieved from <http://www.warsidi.com/2009/12/bauran-pemasaran-marketingmix.html>, Diakses pada 18 Februari 2015

Wijaya, Bambang Sukma. (2011). *Etika Periklanan*. Jakarta: BSW Printing.