

DAFTAR PUSTAKA

Buku:

- Bungin, Burhan. 2007. *Penelitian Kualitatif: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik dan Ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Bungin, Burhan 2011. *Penelitian Kualitatif: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, dan Ilmu Sosial Lainnya*. Edisi Kedua. Cetakan ke-5. Jakarta: Kencana
- Clow, Kenneth E. & Baack, Donald. (2016). *Integrated Advertising, Promotion and Marketing Communication*. England: Pearson Education
- Clow, Kenneth E. & Baack, Donald. (2016) *Integrated Advertising, Promotion and Marketing Communication*. England: Pearson educationng.
- Creswell, John w. 2002. *Desain Penelitian*. Jakarta: KIK Press
- Darmansyah, S, M., & Bachri, s. 2014. *Pengaruh Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian Produk di Indonesia (Penelitian Online)*. Jurnal Alikasi
- Denzin, Normal K dan Yvonna S Lincoln, 2009. *Handbook of Qualitative Research*. Cetakan I. Ditejermahkan oleh: Dariyanto dkk. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Hombrug, Christian., Klarman, Martin., Schmit, Jens. (2009). *Brand Awareness in business markets: When is it related to firm performance?* Internationa Journal of Research in Market. Volume 27(3), 201-212.
- Kotler, Philip 2006. *Manajemen Pemasaran Edisi 11*. Jakarta: Indeks
- Keller, Kevin Lane. 2008. *Strategic Brand Management: Building, Measuring, and Managing Brand Equity*. New Jersey: Prentice Hall
- Keller, Kevin Lane. (2013). *Strategic Brand Management Building, Measuring, Managing Brand Equity 4th Edition*. Harlow: Pearson Education Limited
- Keller, Kevin Lane. (2013). *Strategic Brand Management: Building, Measuring,*

- and Managing Brand Equity*, Prentice Hall, New Jersey.
- Martono., & D. Agus Harjito. (2010). *Manajemen Keuangan*. Yogyakarta
- Nisrina. 2015. *Bisnis Online: Manfaat Media Sosial dalam Merap Uang*.
Yogyakarta: Kobis
- Rangkuti, F. 2008. *The Power of Brand: Teknik mengelola Brand Equity dan Strategi Pengembangan Merek*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama
- Rangkuti, Freddy. 2009. *Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus Integrated Marketing Communication*. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama
- Scissons, M. , Sim, H., & Vo, J. (2014). *Flashstock's Instagram Marketing Strategy E-book*. Tersedia <https://instagrapartners.com/wp-content/uploads/2015/11/Flashstocks-Instagram-Marketing-Strategy-E-book-2015-1.pdf> (Diakses pada 27 Maret 2019)
- Shimp, Terence A. (2010). *Advertising, Promotion, and Other Aspect of Integrated Marketing Communication 8th Edition*. Canada: South-Western Cengage Learning.
- Solis, Brian & Breakenridge, Deirde. (2009). *Putting the Public Back in Public Relations How Social Media is Reinviting the Aging Business of PR*. New Jersey: Pearson Education
- Solomon, Michael R, Bamossy dan Elora W, Askgaard. 2016. *Marketing Real People Real Choice*, Prentice Hall Inc, Upper Saddle River, New Jersey.
- Sugiyono. 2012. *Memahami Penelitian Kuantitatif*. Bandung. Alfabeta.
- Wahyuni, Sari. 2012. *Qualitative Research Method Theory and Practice*. Jakarta: Penerbit Salemba Empat.
- Zarella. 2010. *The Social Media Marketing Book*. Jakarta: Serambi Ilmu Semesta ANggota IKAPI
- Zimmerman, Jan & Sahlin, Doug. (2010). *Social Media Marketing All-In-One For*

Dummies. Canada: Wiley Publishing, Inc.

Jurnal:

- Betari Kiranasari. 2014. Faktor-faktor yang Menentukan *Online Seller* Memilih Situs Jejaring Instagram Sebagai Media Promosi *Online Shop*. Universitas Atma Jaya Yogyakarta.
- Desti Putri Lestari. 2016. Analisis Strategi Internet *Marketing* Butik *Online* Di Surabaya Melalui *Instagram*. Jurnal COMMONLINE DEPARTEMEN KOMUNIKASI. Vol. 4 No. 2
- Geuit Septiani. 2017. Pembentukan *Brand Awareness* Warunk Indomie Upnormal Melalui *Food Blogger*. Jurnal Ilmiah Ilmu Hubungan Masyarakat Vol. 1 . No. 2
- Walid. 2018. Penggunaan *Instagram* Sebagai *Social Media Marketing* Dalam Membangun *Brand Awareness*. Jurnal JOM FISIP. Vol 5. Edisi 1 Januari-Juni.

Internet:

- <https://kumparan.com/Aditya-panji/instagram-punya-24-juta-pengguna-aktif-di-indonesia>, diakses pada tanggal 14 Maret 2019
- <http://www.influenz.com/blog/2016/06/25/product-endorsement-instagram-new-travel-advertising/>, diakses pada 14 Maret 2019
- <https://www.kompasiana.com/ufiq/55f925341793735408894bd9/fenomena-endorse-selebgram>, diakses pada 25 Maret 2019
- <http://www.forbes.com/sites/steveolenski/2016/07/20/how-brands-should-use-celebrities-for-endorsement/#58478fe15593>, diakses pada tanggal 14 Maret 2019
- <https://ssaravina.com/2018/11/15/endorse-selebgram-yay-or-nay/>, diakses 15 Maret 2019
- <http://instagram.com/RachelVenny>, diakses pada 28 Maret 2019
- <http://instagram.com/joviadhiguna>, diakses pada 28 Maret 2019
- <http://instagram.com/tasyafarasya>, diakses pada 28 Maret 2019

http://instagram.com/ars_fashion, diakses pada 28 Maret 2019

http://instagram.com/_tukangjajan , akses pada 28 Maret 2019

<http://instagram.com/hoki.food>, diakses pada 28 Maret 2019

http://instagram.com/mote__mote, diakses pada 28 Maret 2019

<https://tekno.kompas.com/read/2018/11/09/18270017/cara-memakai-6-fitur-instagram-untuk-mendongkrak-bisnis?page=all>, diakses pada 10 Juli 2019

<https://makassar.tribunnews.com/2018/12/02/ini-5-selebgram-perempuan-indonesia-dengan-jutaan-followers?page=2/> , diakses pada 10 Juli 2019

<https://pandagila.com/cara-memilih-endorser-instagram/> , diakses pada 10 Juli 2019

<https://wolipop.detik.com/work-and-money/d-3182816/5-kriteria-yang-dicari-online-shop-saat-ingin-endorse-selebgram>, diakses pada 10 Juli 2019