

DAFTAR PUSTAKA

BUKU

- Anderson, R. C. (1972). *Language Skills in Elementary Education*. New York: Macmillan Publishing Co, Inc.
- Ardianto, Elvinaro. (2011). *Handbook of PR*. Bandung : Remaja Rosdakarya.
- Assael, Henry. (2001). *Consumer Behavior 6th Edition*. New York: Thomson Learning.
- Attwood, C. G. (2009). *Knowledge Management Basics*. Alexandria, VA : ASTD Press.
- Azwar, Saifuddin. (2013). *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka PELajar.
- Bettinghaus, Erwin P. (1973). *Persuasive Communication*. Holt, Rinehart and Winston. New York.
- Bloom, Benyamin S. (1983). *Taxonomy of Educational Objectives: The Classification of Educational Goals*. London : David McKay Company, Inc.
- Devito, Joseph. (1997). *Komunikasi Antarmanusia*. Jakarta: Professional Books.
- Effendy, Onong Uchjana. (1989). *Kamus Komunikasi*. Bandung: PT. Mandar Maju.
- _____ (2003). *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*. Bandung: Citra Aditya Bakti.
- _____ (2005). *Ilmu Komunikasi; Teori dan Praktek*. Bandung: Penerbit Remaja Rosda Karya.
- _____ (2006). *Ilmu Komunikasi; Teori dan Praktek*. Bandung: Penerbit Remaja Rosda Karya.
- Fandy, Tjiptono. (2000). *Manajemen Jasa, Edisi Kedua*. Andy offset: Yogyakarta
- Fandy, Tjiptono. (2008). *Strategi Pemasaran*. Edisi 3. Andi: Yogyakarta.
- Fraleigh, Douglas M., Tuman, Joseph S. (2011). *Freedom of Expression in The Marketplace of Ideas*. New York
- Ghozali, Imam. (2009). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Gunarsa, Singgih Dirga. (1992). *Pengantar Psikologi*. Jakarta: Sumber Widya cet. Ke-4.

- Hovland, C., Janis, I. & Kelly, H. (1953). *Communication and persuasion: Psychological studies of opinion change*. Connecticut: Greenwood Press.
- Ilardo, J. A. (1981). *Speaking Persuasively*. New York: Macmillan Publishing Co., Inc.
- Iskandar. (2009). *Metodologi Penelitian Pendidikan dan Sosial (Kuantitatif dan Kualitatif)*. Jakarta: Gaung Persada Pers.
- Kharis, Ismu Fadli. (2011). *Studi Mengenai Impulse Buying dalam Penjualan Online*. Skripsi Universitas Diponegoro. Semarang
- Kotler, Philip, dan Kevin Lane Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran Jilid 2, edisi Ketiga belas, Terjemahan Bob Sabran, MM*. Jakarta : Penerbit Erlangga.
- Kotler, Philip. (2004). *Marketing Management, The Milenium Edition*. Englewood Cliffs, New Jersey : Prentice Hall.
- Mar'at. (1982). *Sikap Manusia Perubahan Serta Pengukurannya*. Penerbit Ghalia Indonesia. Jakarta.
- _____. (2000). *Sikap Manusia Perubahan Serta Pengukurannya*. Penerbit Ghalia Indonesia. Jakarta.
- Miftah, Toha. (2003). *Perilaku Organisasi Konsep dasar dan Aplikasinya*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada
- Michael and Teri Kwal. (1986). *Communication Work 8th Edition*. New York: McGraw - Hill
- Mowen, John C., Minor, Michael. (2002). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Erlangga
- Mulyana, Deddy. (2000). *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Notoatmodjo, Soekidjo. (1997). *Ilmu Kesehatan Masyarakat Prinsip – prinsip Dasar*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Rakhmat, Jalaludin. (1992). *Psikologi Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosda Karya.
- _____. (2000). *Psikologi Komunikasi*. edisi revisi. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- _____. (2005). *Psikologi Komunikasi*. edisi revisi. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Rezi, Maulana. (2018). *Psikologi Komunikasi: Pembelajaran Konsep dan Terapan*. Yogyakarta: Phoenix Press.

- Riduwan. (2010). *Dasar-dasar Statistika*. Bandung : Alfabeta.
- Ronald, Applbaum L. dan Anatal W.E Karl. (1974). *Strategy for Persuasif Communication*. Ohio: Bell & Howel.
- Royan, F. M. (2005). *Marketing Selebritis*. Jakarta : PT. Elex Media Komputindo.
- Shimp, Terence. (2006). *Periklanan Promosi Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Edisi kelima, Jilid Kesatu. Jakarta: Erlangga.
- _____. (2007). *Periklanan Promosi (Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jilid Kesatu, edisi Terjemahan. Jakarta: Erlangga.
- _____. (2014). *Komunikasi Pemasaran Terpadu dalam periklanan dan Promosi*. Jakarta: Salemba Empat.
- Simons, Herbert W. (1976). *Persuasion: Understanding, Practise, and Analysis*. New York: Random House.
- Sindoro, Alexander.(1996). *Manajemen, Edisi Keenam*. Jakarta: PT Prehallindo.
- Siregar, Syofian. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: PT Fajar Interpratama Mandiri.
- Sugiarto, Sitingjak. (2006). Lisrel. Edisi Pertama. Cetakan Pertama Yogyakarta: Penerbit Graha Ilmu.
- Sugiyono. (2006). *Metode Penelitian dan Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Bandung: Alfabeta.
- _____. (2010). *Metode Penelitian Komunikasi Kuantitatif R&D*. Bandung: Alfabeta.
- _____. (2011). *Metode Penelitian Komunikasi Kuantitatif R&D*. Bandung: Alfabeta.
- _____. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- _____. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- _____. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- _____. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta
- Sujarweni, V. Wiratna. (2016). *Kupas Tuntas Penelitian Akuntansi dengan SPSS*. Yogyakarta : Pustaka Baru Press.

- Sunyoto, Danang. (2012). *Analisis Validitas & Asumsi Klasik*(Cetakan Pertama), Yogyakarta: Gava Media.
- Sutisna, Prawitra Teddy. (2006). *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. Bandung : Remaja Rosdakarya.
- Tormala, Z. L., Brinol, P., & Petty, R. E. (2007). *Multiple Roles for Source Credibility Under High Elaboration: It's All in The Timing. Social Cognition*.
- Vinna, Sri Yuniarti. (2015). *Perilaku Konsumen: Teori dan Praktik*. Cetakan ke-1. Bandung: Pustakan Setia.

SKRIPSI

- Adhiatma, Pravithea Yulia. 2018. *Presentasi Diri Beauty Influencer di Akun Instagram (Studi Dramaturgi pada Beauty Influencer Indonesia Kiara Leswara)*. Bandung: Telkom University.
- Hartono, Kefas Aldi. 2016. *Pengaruh Daya Tarik Iklan dan Selebriti Endorser Terhadap Kesadaran Merek dan Dampaknya Terhadap Brand Attitude Minuman dalam Kemasan (Studi Kasus pada Iklan Teh Ichitan di Yogyakarta)*. Yogyakarta: Universitas Negeri Yogyakarta.
- Ramadhan, Rahmat. 2013. *Persepsi Mahasiswa Terhadap Penggunaan Poduk Smartphone Blackberry (Studi Kasus Pada Mahasiswa Politeknik Negeri Jurusan Teknik Kimia)*. Jurusan Administrasi Bisnis Polsri. Laporan Akhir (Tidak di Publikasikan): Polsri.
- Setyaningrum, Dhita Ayu. 2013. *Perceived Celebrity Endorser Credibility terhadap Sikap kepada Iklan, Sikap kepada Merek dan Minat Beli Konsumen (Studi pada Pelanggan Flexi PT. Telkom Klaten)*. Surakarta: Universitas Sebelas Maret.
- Utami, Nia Budi. 2011. *Pengaruh Citra Selebriti Endorser Iklan Sampo Zinc pada Sikap kepada Iklan, Sikap kepada Merek dan Minat beli Konsumen (Studi Kasus pada Mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Universitas Sebelas Maret Surakarta)*. Surakarta: Universitas Sebelas Maret.
- Wijaya, M. H. 2013. *Promosi, Citra, Merek, dan Saluran Distribusi Pengaruhnya terhadap Keputusan Pembelian Jasa Terminix di Kota Manado*. EMBA, 1(4)

JURNAL

- Ahearne, M., Mathieu, J., & Rapp, A. (2005). *To Empower or Not to Empower Your Sales Force: An Empirical Examination of The Influence of Leadership Empowerment Behavior on Customer Satisfaction and Performance. Journal of Applied Psychology*
- Carrie La Ferle and Sejung Marina Choi. (2005). *The Importance of Perceived Endorser Credibility in South Korean Advertising, Journal of Current Issues and Research in Advertising. Retrieved from researchgate.net/publication*
- Darel Nicol Luna Anak Agam. (2016). *Physical Attractiveness of Celebrity Endorser Effect on Consumers' Attitude Towards Online Advertisement. Retrieved from aabl.com.au*
- Elysia Stephanie. (2013). *Pengaruh Kredibilitas Endorser Terhadap Minat Beli melalui Sikap atas Iklan pada Produk Shampo L'oreal di Surabaya. Retrieved from repository.ubaya.ac.id*
- Gede Citra Utama Wangsa & I Gusti Ayu Ketut Sri Ardani. (2015). *Peran Sikap pada Iklan dalam Memediasi Pengaruh Kredibilitas Al Ghazali sebagai Endorser terhadap Niat Beli (Studi Pada Produk Men's Biore Cool Oil Clear di Kota Denpasar). Retrieved from garuda.ristekdikti.go.id*
- Heesacker, M., Petty, R. E., & Cacioppo, J. I. (1984). *Field – Dependence and Attitude Change: Source Credibility Can Alter Persuasion by Affecting Messafe-Relevant Thinking. Journal of Personalit. Retrieved from communciationcache.com*
- Melanie Sutton. (2008). *The Knowledge Citizen as The Influencer and The Influenced – Part 2. Retrieved from sajim.co.za*
- Morgan Glucksman. (2017). *The Rise of Social Media Influencer Marketing on Lifestyle Branding: A Case Study of Lucie Fink. Retrieved from elon.edu*
- Novi T. Hariyanti & Alexander Wirapraja. (2018). *Pengaruh Influencer Marketing sebagai Strategi Pemasaran Digital Era Modern (Sebuah Studi Literatur). Retrieved from jurnal.ibmt.ac.id*
- Ohanian, Roobina. 1990. *Construction and Validation of Scale to Measure Celebrity Endorsers Perceived Expertise, Trustworthiness, and Attractiveness. Journal of Advertising. ABI/INFORM Research.*

- Petty, D. E., & Cacioppo, J. T. (1981). *Attitudes and Persuasion: Classic and Contemporary Approaches*. Dubuque: Wm. C Brown.
- Safiera, A. (2017). *Konsumsi Barang Mewah di Indonesia Jadi Nomor Tiga Terbesar di Asia*.
- Sebayang, Siahaan Simon. 2008. *Pengaruh Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Merek Yamaha Mio Pada Mio Automatik Club (MAC) Medan*, Fakultas Ekonomi USU, Jurnal Manajemen Bisnis, Vol.1 No.3.
- Singarimbun, Masri dan Sofian Effendi. (2012). *Metode Penelitian Survei. Edisi Revisi. Cetakan ke-10*. Jakarta: LP3ES.
- Siti Nurul Syarifah & Ani Yuningsih. (2016). *Hubungan Daya Tarik Pesan Iklan Travelok dengan Minat Pelanggan*. Retrieved from repository.unisba.ac.id

INTERNET

- (<https://influencermarketinghub.com/8-influencer-marketing-case-studies-with-incredible-results/>)
- (<https://www.labana.id/wp-content/uploads/2018/03/The-State-of-Influencer-Marketing-2018-in-Indonesia-Kupas-Tuntas-Tren-Pemasaran-Endorse.pdf>)
- (<https://www.klikapa.com/read/7038/rilis-produk-baru-dengan-tema-monochrome>)
- (https://www.youtube.com/results?search_query=tasya+farasya)
- (<https://www.Maybelline.co.id/face/foundation/>)
- (<https://kbbi.web.id/persepsi>)
- ([https:// snapshot.numerator.com/brand/Maybelline](https://snapshot.numerator.com/brand/Maybelline))
- (<http://sigmaresearch.co.id/tren-dan-perilaku-pasar-kosmetik-indonesia-tahun-2017/>)