

DAFTAR PUSTAKA

- A. Shimp, Terence. (2003). *Periklanan Promosi & Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu Jilid I Edisi 5*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- _____. (2003). *Periklanan Promosi & Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu Jilid II Edisi 5*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Ghozali, Imam. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hasan, Ali. (2014). *Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan*. Yogyakarta: CAPS.
- Hermawan, Agus. (2012). *Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Kertamukti, Rama. (2015). *Strategi Kreatif Dalam Periklanan Konsep Pesan, Media, Branding, Anggaran*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran Jilid 1 dan 2 Edisi 13*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller, (2016). *Marketing Management 15th Edition*. New Jersey: Pearson Prentice Hall, Inc.
- Kristianto, Paulus Lilik. (2011). *Psikologi Pemasaran*. Yogyakarta: Penerbit CAPS.
- M. Suyanto. (2005). *Multimedia Alat untuk Meningkatkan Keunggulan Bersaing*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Priyatno, Duwi. (2014). *SPSS 22 Pengolahan Data Terpraktis*. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Riduwan. (2011). *Dasar-Dasar Statistika*. Bandung: Alfabeta.
- Schiffman, Leon dan Leslie Lazar Kanuk. (2010). *Consumer Behavior 10th Edition*. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Solis, Brian. (2010). *Engage: The Complete Guide for Brand and Business to Build Cultivate and Measure Success on The Web*. New Jersey: John Wiley & Sons.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: PT Alfabet.
- Sujarweni, Wiratna. (2015). *SPSS Untuk Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press
- Sumarwan, Ujang. (2011). *Perilaku Konsumen: Teori dan Penerapannya Dalam*

Pemasaran. Bogor: Penerbit Ghalia.

Suryani, Tatik. (2013). *Perilaku Konsumen di Era Internet*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

Sumber Lain:

Skripsi:

Alifia Sarah Mardiani. (2018). *Pengaruh Brand Ambassador Terhadap Minat Beli Bandung Kunafe Cake*. Universitas Telkom, Bandung. Diakses pada tanggal 30 Juli 2018, pukul 12:15 WIB. Diambil dari sumber <http://openlibrary.telkomuniversity.ac.id/home/catalog/id/144259/slug/pengaruh-brand-ambassador-terhadap-minat-beli-bandung-kunafe-cake.html>.

Deddy Triawan. (2011). *Pengaruh Daya Tarik Endorser (Sherina) dalam Iklan Terhadap Brand Image Produk Simpati*. UPN Veteran, Yogyakarta. Diakses pada tanggal 30 Juli 2018, pukul 12:31 WIB. Diambil dari sumber http://repository.upnyk.ac.id/1536/1/SKRIPSI_DEDDY.pdf.

Elysia Stephanie. (2013). *Pengaruh Kredibilitas Endorser Terhadap Minat Beli Melalui Sikap atas Iklan pada Produk Shampo L'Oreal di Surabaya*. Universitas Surabaya, Surabaya. Diakses pada tanggal 30 Juli 2018, pukul 12:26 WIB. Diambil dari sumber <http://repository.ubaya.ac.id/7631/>.

Eni Heruwati. (2010). *Analisis Pengaruh Daya Tarik, Kredibilitas, Dan Kecocokan Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha Mio (Studi pada konsumen PT Harpindo Jaya Jl. Dr. Cipto No.61 Semarang)*. Universitas Diponegoro, Semarang. Diakses pada tanggal 30 Juli 2018, pukul 12:37 WIB. Diambil dari sumber http://eprints.undip.ac.id/23069/1/skripsi_Pdf.pdf.

Intan Belly Widyawati. (2015). *Pengaruh Celebrity Endorser Anggun C Sasmi Terhadap Minat Beli Konsumen Shampo Pantene (Studi pada Masyarakat di Semarang Barat)*. Universitas Dian Nuswantoro, Semarang. Diakses pada tanggal 30 Juli 2018, pukul 12:06 WIB. Diambil dari sumber <http://eprints.dinus.ac.id/8529/>.

Mawarni Ahmad. (2014). *Pengaruh Celebrity Endorser Raditya Dika Dalam Iklan MI SEDAP CUP Terhadap Minat Beli Remaja Desa Klamongan Kecamatan Kebomas Kabupaten Gresik*. UIN Sunan Ampel, Surabaya. Diakses pada tanggal 30 Juli 2018, pukul 12:02 WIB. Diambil dari sumber <http://digilib.uinsby.ac.id/189/>.

Regina Naomi Widjati. (2017). *Pengaruh Selebriti dan Selebgram Endorser pada Minat Beli Fashion Online Wanita*. Universitas Katolik Parahyangan, Bandung. Diakses pada tanggal 30 Juli 2018, pukul 12:21 WIB. Diambil dari sumber <http://repository.unpar.ac.id/handle/123456789/3524>.

Jurnal Nasional:

- Endang Sulistya Rini, Dina Widya Astuti. (2012). *Pengaruh Agnes Monica Sebagai Celebrity Endorser Terhadap Pembentukan Brand Image Honda Vario*. Diakses pada tanggal 30 Juli 2018, pukul 12:59 WIB. Diambil dari sumber <https://jurnal.unej.ac.id/index.php/BISMA/article/download/45/23>.
- Maya Anggraeni, Asnawati. (2017). *Pengaruh Celebrity Endorsement terhadap Purchase Intention dengan Brand Image sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Iklan Produk Perawatan Kecantikan Wardah)*. Diakses pada tanggal 30 Juli 2018, pukul 12:47 WIB. Diambil dari sumber jurnalpemasaran.petra.ac.id/index.php/mar/article/view/.../18852.
- Mei Purmita, Nindria Untarini. (2015). *Pengaruh Inovasi Produk dan Celebrity Endorser Terhadap Niat Beli Sepeda Motor New Mio M3 125cc*. Diakses pada tanggal 30 Juli 2018, pukul 12:41 WIB. Diambil dari sumber <http://jurnalmahasiswa.unesa.ac.id/index.php/jim/article/view/13552>.
- Rima Dwi Anggraeni, Edriana Pangestuti, Lussy Deasyana Rahma Devita. (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)*. Diakses pada tanggal 30 Juli 2018, pukul 12:51 WIB. Diambil dari sumber <http://administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id/index.php/jab/article/view/2492>.

Jurnal Internasional:

- Aysegul ERMEC SERTOGLU, Ozlem CATL, Sezer KORKMAZ. (2014). *Examining the Effect of Endorser Credibility on the Consumers' Buying Intentions: An Empirical Study in Turkey*. Gazi University, Ankara, Turki. Diambil dari sumber <http://www.econjournals.com/index.php/irmm/article/view/666>. Diakses pada tanggal 28 Juli 2018, pukul 16:45 WIB.
- Muhammad Faizal Samat, Nur Atiqah Zakiyyah Ramlee, Hatinah Abu Bakar, Norazlan Annual, Mohd Faizol Rizal Mohd Rasid. (2016). *Endorser Credibility And Its Influence on The Purchase Intention Of Social Networking Sites Consumer: A Mediating Role Of Attitudes Towards SNS Advertising*. Universiti Teknologi MARA Kelantan, Malaysia. Diambil dari sumber http://ijmas.ijraj.in/paper_detail.php?paper_id=6559&name=Endorser_Credibility_and_its_Influence_on_The_Purchase_Intention_of_Social_Networking_Sites_Consumer:_A_Mediating_Role_of_Attitudes_Towards_SNS_Advertising. Diakses pada tanggal 28 Juli 2018, pukul 17:07 WIB.
- Syed Rameez ul Hassana, Raja Ahmed Jamila. (2014). *Influence of Celebrity Endorsement on Consumer Purchase Intention for Existing Products: A Comparative Study*. University of Haripur, Pakistan. Diambil dari sumber https://www.researchgate.net/publication/271076039_Influence_of_Celebrity_Endorsement_on_Consumer_Purchase_Intention_for_Existing_Products:_A_Comparative_Study.

dorsement_on_Consumer_Purchase_Intention_for_Existing_Products_A_Comparative_Study. Diakses pada tanggal 28 Juli 2018, pukul 16:31 WIB.

Wilson Edzorna Dzisah, Chosniel Elikem Ocloo. (2013). *Celebrity Endorsement and Consumer Buying Behaviour; Enhancing the Promotion Function of Marketing in the Central Business Area of Accra, Ghana*. Ghana, Afrika Barat. Diambil dari sumber <https://www.iiste.org/Journals/index.php/EJBM/article/view/8056>. Diakses pada tanggal 28 Juli 2018, pukul 17:01 WIB.

Sumber Internet:

<https://instagram.com/rachelvennya> diakses pada 28 Juli 2018 pukul 21:09 WIB.

<https://trends.google.com/trends/explore?geo=ID&q=rachel%20vennya> diakses pada 30 Juli 2018 pukul 13:30 WIB.

Kemp, Simon (2018, Januari 29). Digital in 2018: Southeast Asia. Diakses pada 8 Februari 2018 pukul 11:44 WIB dari sumber <https://www.slideshare.net/wearesocial/digital-in-2018-in-southeast-asia-part-2-southeast-86866464>.

Kemp, Simon (2018, Januari 29). Digital in 2018: Southeast Asia. Diakses pada 28 Juli 2018 pukul 18:46 WIB dari sumber <https://www.slideshare.net/wearesocial/digital-in-2018-in-southeast-asia-part-2-southeast-86866464>.

Kemp, Simon (2018, Januari 30). Digital in 2018: World's Internet Users Pass The 4 Billion Mark. Diakses pada 28 Juli 2018 pukul 10:59 WIB dari sumber <https://wearesocial.com/blog/2018/01/global-digital-report-2018>.

www.satetaichangoreng.com diakses pada 30 Juli 2018 pukul 15:30 WIB.