

DAFTAR PUSTAKA

- Palentina, P., & Prasastyo, K. W. (2017). Pengaruh Celebrity Endorser's Credibility Terhadap Self-Brand Connection Dan. *Jurnal Bisnis Dan Akuntansi*, 271-284.
- Abdillah, W., & Hartono, J. (2015). *Partial Least Square (Pls) - Alternatif Structural Equation Modeling (Sem) Dalam Penelitian Bisnis*. Yogyakarta: C.V Andi Offset.
- Abdurrahman, N. H. (2015). *Manajemen Strategi Pemasaran*. Bandung: Cv Pustaka Setia.
- Angrianto, R. J. (2018). Persepsi Konsumen Terhadap Brand Equity Laptop Asus Studi Pada Konsumen Laptop Asus Yogyakarta.
- Belch, G. E., & Belch, M. A. (2018). *Advertising And Promotion*. New York: Mcgraw-Hill Education.
- Dachlan, U. (2014). *Panduan Lengkap Structural Equation Modeling*. Semarang: Lentera Ilmu.
- Darmawan, D. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Pt Remaja Rosdakarya.
- Diaz, C. R., & Putri, B. P. (2017). Pengaruh Iklan Televisi Terhadap Ekuitas Merek Bakmi Mewah Versi Raffi. *E-Proceeding Of Management*, 2133-2140.
- Dwivedi, A., Johnson, L. W., & Mcdonald, E. R. (2015). Celebrity Endorsement, Self-Brand Connection And Consumer-Based Brand Equity. *Journal Of Product & Brand Management*, 449-461.
- Dwivedi, A., Johnson, L. W., & Mcdonald, R. (2015). Celebrity Endorsement, Self-Brand Connection And Relationship Quality. *International Journal Of Advertising*, 1-18.
- Echdar, S. (2017). *Metode Penelitian Manajemen Dan Bisnis*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Elysia, S. (2013). Pengaruh Kredibilitas Endorser Terhadap Minat Beli Melalui Sikap Atas Iklan Pada Produk Shampo L'oreal Di Surabaya. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Universitas Surabaya*, 1-20.
- Ghozali, I. (2014). *Structural Equation Modeling Metode Alternatif Dengan Partial Least Square (Pls) Dilengkapi Software Smartpls 3.0 Xlstat 2014 Dan Warppls 4.0*. Semarang: Badan Penerbit - Undip.
- Indrawan, R., & Yaniawati, P. (2014). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan Campuran Untuk Manajemen, Pembangunan, Dan Pendidikan*. Bandung: Pt Refika Aditama.

- Indrawati. (2015). *Metode Penelitian Manajemen Dan Bisnis Konvergensi Teknologi Komunikasi Dan Informasi*. Bandung: Pt Refika Aditama.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2016). *Principles Of Marketing*. England: Pearson Education Limited.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2013). *Marketing Management*. England: Pearson Education Limited.
- Kurniawan, A. (2014). *Metode Riset Untuk Ekonomi Bisnis Teori, Konsep, Dan Praktik Penelitian Bisnis (Dilengkapi Perhitungan Pengolahan Data Dengan Sbm Spss 22.0)*. Bandung: Alfabeta.
- Lunarjanto, S. W. (2014). Pengaruh Brand Equity Dan Pricing Terhadap Purchase Intention Maskapai Low Cost Carrier Di Jakarta.
- Mahmuda, R. (2018). Peran Self-Brand Connection Sebagai Mediator Terhadap Brand Attitude Dan Brand Advocacy Pada Konsumen (Studi Kasus Pada Konsumen Wardah).
- Malau, H. (2017). *Manajemen Pemasaran, Teori Dan Aplikasi Pemasaran Era Tradisional Sampai Era Modernisasi Global*. Bandung: Alfabeta.
- Mirabi, V. R., & Lajevardi, M. (2016). A Conceptual Model In Marketing: Celebrity Endorsement, Brand Credibility And Brand Equity. *Journal Of Marketing And Consumer Research*, 38-43.
- Muhammad Qasim Shabbir, A. A. (2017). Brand Loyalty Brand Image And Brand Equity : The Mediating Role Of Brand Awareness.
- Munggaran, A. P. (2015). Pengaruh Endorser Credibility Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Kasus Pada Distro Screamous).
- Mutamainah, R. A. (2014). Pengaruh Rebranding Terhadap Brand Equity Bank Bjb (Studi Kasus Penilaian Nasabah Terhadap Bank Bjb Cabang Bojongsong Bandung).
- R, R. M. (2013). Pengaruh Kredibilitas Dan Kepribadian Selebriti Endorser Terhadap Sikap Pemirsa Iklan (Studi Kasus Pada Iklan Pelembab L'oreal Paris Di Televisi).
- Spry, A., Pappu, R., & Cornwell, T. B. (2011). Celebrity Endorsement, Brand Credibility And Brand Equity. *European Journal Of Marketing*, 882-909.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Triwijanarko, R. (2018, Agustus 1). *Upaya Shopee Move On Dari Cap E-Commerce Khusus Perempuan*. Dipetik Agustus 8, 2018, Dari Marketeers: [Http://Marketeers.Com/Shopee-Mencoba-Move-On/](http://Marketeers.Com/Shopee-Mencoba-Move-On/)

Widyajayanti, N. M., & Kusuma, A. A. (2017). Peran Self-Brand Connection Dalam Memediasi Pengaruh Kredibilitas Endorser Terhadap Brand Equity Para Brand Guess. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 3342-3369.

[Www.Shopee.Co.Id](http://www.shopee.co.id) 13 November 2018 Pada Pukul 18:00

[Www.Apjii.Or.Id](http://www.apjii.or.id) 7 September 2018 Pada Pukul 10:00

[Www.Apjii.Or.Id](http://www.apjii.or.id) 8 September 2018 Pada Pukul 14:08