

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Ariekunto. (2013). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Belch & Belch. (2014). *Advertising and Promotion : An Integrated Marketing Communication Perspective*. McGraw – Hill. International Edition
- Darmawan, D. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Rosda.
- Frans, M Royan. 2004. *Cluster Strategy*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama. Hal 122
- Ghozali, I. (2011). *Aplikasi Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: Badan penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Multivariate Dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*. Semarang: Badan penerbit Universitas Diponegoro.
- Indrawan, R., & Yaniawati, P. (2014). *Metodologi Penelitian*. Bandung: PT. Refika Aditama.
- Kasali, Rhenald. (2007). *Manajemen Periklanan: Konsep dan Aplikasinya di Indonesia- Cet. V*. Jakarta: Pustaka Utama Grafiti.
- Mustafidah, Hidayati dan Taniredja, Tukiran .(2011). *Penelitian Kuantitatif: sebuah pengantar*. Bandung: Alfabeta.
- Moriarty, Sandra., Nancy Mitchell., dan William Well. (2009). *Advertising: Principles and Practices*. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Priansa, D. (2017). *Komunikasi Pemasaran Terpadu Pada Era Media Sosial*. Bandung: Pustaka Setia Bandung.
- Siregar, Syofian. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif: Dilengkapi dengan Perbandingan Perhitungan Manual dan SPP*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Shimp. (2013). *Integrated marketing edisi 9*. Library of Congress Control Number: 2012945620 ISBN-13: 978-1-111-58021-6 ISBN-10: 1-111-58021-9.

- Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Sujarweni, V. Wiratna., dan Poly Endaryanto. (2012). *Statistika untuk Penelitian*. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Sujarweni, V. Wiratna. (2014). *SPSS Untuk Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Taniredja, T., & Mustafidah, H. (2011). *Penelitian Kuantitatif (Sebuah Pengantar)*. Bandung: Alfabeta.
- Terence, A Shimp. *Periklanan Promosi dan Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu Jilid I edisi 5*. Jakarta: Erlangga. 2003. Hal 464
- Tjiptono, Fandy. (2011). *Manajemen dan Strategi Merek*. Seri Manajemen Merek 01. Penerbit: Andi, Yogyakarta.
- Wijaya,T. (2009). *Analisis data penelitian menggunakan SPSS*. Yogyakarta: Univeritas Atma jaya Yogyakarta

Jurnal

- Aekram, Faisal. (2015). “Pengaruh *Brand Credibility* Terhadap *Information Efficiency dan Risk Reduction*, Serta Dampaknya Atas *Repurchase Intention*”. *Jurnal Manjaemen dan Peasaran Jasa*, Vol 8, N0.1
- Aurangzeb, Gul Sami, Zaema Asrar, dan Sana Arz Bhutto. (2017). “*Impact of Celebrity Endorsement on Customer’s Purchase Intention: Evidence from University Students of Karachi*”. *Journal of Marketing and Consumer Research*, Vol. 31

- Azzahro, Diana Fatimah . (2013). “Pengaruh Kredibilitas Merek (*Brand Credibility*) dan Prestise Merek (*Brand Prestige*) Terhadap Niat Beli Konsumen Pada Produk Fashion Riamiranda”. Yogyakarta: Universitas Islam Indonesia
- Baek, Tae Hyun dan King, Karen Whitehill. (2011). Exploring the consequences of brand credibility in services. *Journal of Services Marketing*, Vol. 25 No. 4, hal. 260-272
- Elizabeth, Stephanie., Rumambi, Leonid Julivan., Kunto, Yohanes Sondang. (2013). “Analisa Pengaruh Rio Dewanto dan Donita Sebagai Celebrity Endorser Terhadap Minat Beli Produk Axe Anarchy dengan Daya Tarik Iklan dan Efek Iklan sebagai Variabel Intervening”. *Jurnal Manajemen Pemasaran*. Surabaya: Universitas Kristen Petra.
- Erdem, T. and Swait, J., (1998). “*Brand equity as a signaling phenomenon*”. *Journal of Consumer Psychology*, Vol. 7 No. 2, pp. 131-57.
- Erdem, T., Swait, J. and Valenzuela, A. (2006). “*Brands as signals: a crosscountry validation study*”. *Journal of Marketing*, Vol. 70 No. 1, pp. 34-49.
- Ernie Larasari, Lutfi, dan Liza Mumtazah. (2018). “Pengaruh *Brand Ambassador* dan *Event Sponsorship* Terhadap *Purchase Intention* dengan *Brand Image* sebagai Variabel Intervening”. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, Vol XI, No. 1
- Gilaninia, S., Ganjina, H., Moridi, A., dan Rahimi, M. (2012). The Differential Roles of Brand Credibility And Brand Prestige In The Customers' Purchase Intention. *Kuwait Chapter of Arabian Journal of Business and Management Review*, Vol. 2, No.4; Dec. 2012
- Gunawan, Andy., Hatane Samuel., dan Dharmayanti Diah . (2013). “Analisis Pengaruh Store Name, Brand Name, dan Price Discounts terhadap Purchase Intention Konsumen Infinite Tunjungan Plaza”. *Jurnal Manajemen Pemasaran*. Surabaya: Universitas Kristen Petra.
- Hasanah, Ratih., Wahid, Nabsiah Abdul. “*Endorser Credibility, Attitude Towards Advertising and Consumers' Purchase Intention of Beauty Soap*”. *The European Proceedings of Social and Behavioral Sciences (epSBS)*. 2019

- Mustika, Dina Oktadar., Zulkarnain, dan Garnasih, Raden Lestari. (2019). “Pengaruh Selebriti Pendukung (*Celebrity Endorser*) Iklan Kecap Manis Indofood terhadap Minat Beli dan Keputusan Pembelian di Kota Pekanbaru”. *Jurnal Manajemen*
- Ohanian, R. (1990). “*Construction and Validation of a Scale to Measure Celebrity Endorsers' Perceived Expertise, Trustworthiness, and Attractiveness*”. *Journal of Advertising*, Vol 19:3, 39-52.
- Rajni, Arora. (2017). “*Analysing the Effect of Brand Ambassador on Purchase Decision and Consumer behavior of the Telecom Sector*”. *Journal of Management*
- Rodgers, S. (2003). “*The Effects of Sponsor Relevance on Consumer Reaction to Internet Sponsorship*”. *Journal of Advertising*, 32(4), 67-76.
- Rodgers, Shelly . (2003). “PENGARUH SPONSOR RELEVANSI ON REAKSI KONSUMEN UNTUK Sponsor INTERNET”. *Journal of Advertising*, 32: 4, 67-76.
- Sahil, Muhammad., Djoko Setyabudi. (2019). “Hubungan Terpaan Iklan Oppo Smartphone dan Intensitas Word of Mouth dengan Minat Beli Produk Oppo”. *Jurnal Ilmu Komunikasi*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Sheeraz, Muhammad., Iqbal, Nadeem., Ahmed, Naveed. (2012). “*Impact of Brand Credibility and Consumer Values on Consumer Purchase Intentions in Pakistan*”. *Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, Vol.2, No.8
- Singh, R. P., & Banerjee, N. (2018). *Exploring the Influence of Celebrity Credibility on Brand Attitude, Advertisement Attitude and Purchase Intention*. <https://doi.org/10.1177/0972150918794974>
- Spry, Amanda., Pappu T, Ravi., Cornwell, Bettina. (2011) "*Celebrity endorsement, brand credibility and brand equity*". *European Journal of Marketing*, Vol. 45 Issue: 6, pp.882-909.

Wang, Xuehua and Yang, Zhilin (2010) 'The Effect of Brand Credibility on Consumers' Brand Purchase Intention in Emerging Economies: The Moderating Role of Brand Awareness and Brand Image', *Journal of Global Marketing*, 23: 3, 177 — 188

Wijaya, Abdian Fredy., Saryadi. “Pengaruh Kredibilitas Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Artis Raisa Sebagai Celebrity Endorser Produk Ice Cream Magnum Pada Mahasiswa Undip)”

Skripsi

Cahyowulan., Pratiwi, Shita Ayu . (2018). Pengaruh *Brand Ambassador* pada Minat Beli Produk Wrangler dengan Citra Merek sebagai Variabel Intervening. Yogyakarta: Universitas Sanata Dharma

Danza, Tomi. (2017). Pengaruh Brand Ambassador Lee Min Ho Terhadap Minat Beli Pada Produk Luwak White Koffie (Studi Kasus Masyarakat Kota Bandung Penggemar Lee Min Ho). Bandung: Universitas Telkom

Ichtiari, Arrivia Fitri. (2019). Pengaruh Kredibilitas Selebriti *Endorser* dan Kredibilitas Merek Terhadap Ekuitas Merek pada Produk Kosmetik Lipstik Wardah di Bandar Lampung. Bandar Lampung: Universitas Lampung

Mardiani., Alfia, Sarah. (2018). Pengaruh *Brand Ambassador* Terhadap Minat Beli Bandung Kunafe Cake. Bandung: Universitas Telkom

Nuraini, Puti . (2015). Analisa Kredibilitas *Brand Ambassador* Band Noah dalam Iklan Vaseline Men Terhadap Keputusan Membeli Produk. Banten: Universitas Sultan Ageng Tirtayasa.

Internet

Andoridrank. (2019). “Ruangguru Masuk Daftar 20 Aplikasi Pendidikan Berbasis Android dengan Rating Tertinggi”. Diambil dari: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/10/01/ruangguru-masuk-daftar-20-aplikasi-pendidikan-berbasis-android-dengan-rating-tertinggi>. (diakses pada 15 Oktober 2019).

Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia. (2018). “Hasil Survei Penetrasi dan Perilaku Pengguna Internet Indonesia 2018”. Diambil dari:

<https://apjii.or.id/content/read/39/410/Hasil-Survei-Penetrasi-dan-Perilaku-Pengguna-Internet-Indonesia-2018>. (diakses pada 23 Agustus 2019).

Badan Pusat Statistik Provinsi Jawa Barat. (2018). “JUMLAH SISWA MENURUT TINGKAT TIAP PROVINSI”. Diambil dari:

<http://statistik.data.kemdikbud.go.id>. (diakses pada 15 Oktober 2019)

Barus, Ramadani. (2018). “10 Aktor Muda Populer Sepanjang Tahun 2018. Ada Favoritmu?”. Diambil dari:

<https://www.idntimes.com/hype/entertainment/ramadani-barus/10-aktor-mudapopulersepanjang-tahun-2018-ada-favoritmu>. (diakses pada 25 Agustus 2019).

Broto, Gatot S. Dewa. (2014). “Riset Kominfo dan UNICEF Mengenai Perilaku

Anak dan Remaja dalam Menggunakan Internet”. Diambil dari:

https://kominfo.go.id/content/detail/3834/siaran-pers-no-17pihkominfo22014-40tentang-riset-kominfo-dan-unicef-mengenai-perilaku-anak-dan-remaja-dalammenggunakan-internet/0/siaran_pers. (diakses pada 23 Agustus 2019).

Kementerian Komunikasi dan Informatika. (2018). “Cakupan 4G Indonesia Terbaik di ASEAN”. Diambil dari:

https://kominfo.go.id/content/detail/15115/cakupan-4g-indonesia-terbaik-di-asean/0/sorotan_media/ (diakses pada 23 Agustus 2019)

Kementrian Komunikasi dan Informatika. (2014). “Riset Kominfo dan UNICEF Mengenai Perilaku Anak dan Remaja Dalam Menggunakan Internet”. Diambil dari:

https://kominfo.go.id/index.php/content/detail/3834/Siaran+Pers+No.+17-PIH-KOMINFO-2-2014+tentang+Riset+Kominfo+dan+UNICEF+Mengenai+Perilaku+Anak+dan+Remaja+Dalam+Menggunakan+Internet+/0/siaran_pers. (diakses pada 5 November 2019)

- Medialokal. (2018). “Fotonya dengan Bule Viral, Iqbaal Ramadhan Klarifikasi Hubungannya dengan Wanita ini”. Diambi dari : <https://medialokal.co/news/detail/2613/entertainment/>. (diakses pada 27 Oktober 2019)
- Quipper. “Distributor of Wisdom”. Diambil dari: <https://www.quipper.com/id/about/>. (diakses pada 5 Juli 2020)
- Rabia, Edra. (2019). “13 Juta Siswa Telah Menggunakan Ruangguru, Yuk Tengok Alasannya”. Diambil dari: <https://blog.ruangguru.com/mengapa-mereka-berlangganan-ruangguru>. (diakses pada 5 November 2019)
- Ruangguru Bimbel Online No. 1. “Introducing Iqbaal Ramadhan as the Brand Ambassador of Ruangguru”. YouTube. 1 Januari 2018. Web. Diambil dari: <https://www.youtube.com/watch?v=vChO50liD5w>. (diakses pada 23 Agustus 2019).
- Rumah Belajar. “Tentang Kami”. Diambil dari: <https://ruangguru.com/general/about>. (diakses pada 25 Agustus 2019).
- Startup Ranking. (2019). “*Top - Indonesia*”. Diambil dari: <https://www.startupranking.com/top/indonesia>. (diakses pada 5 Juli 2020)
- Organization for Economic Cooperation and Development (OECD). (2016). “PISA Worldwide Ranking – average score of math, science and reading”. Diambil dari : <http://factsmaps.com/pisa-worldwide-ranking-average-score-of-math-science-reading/>. (diakses pada 10 September 2019)
- Zenius. “*About Us*”. Diambil dari: <https://www.zenius.net/about>. (diakses pada 5 Juli 2020)