

DAFTAR PUSTAKA

- Abdurachman. 2004. *Analisis Faktor-faktor yang Menimbulkan Kecenderungan Minat Beli Konsumen Sarung (Studi Perilaku Konsumen sarung di Jawa Timur)*. Surabaya. Jurnal Universitas Kristen Petra Surabaya.
- Alma, B. 2016. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung. Alfabeta.
- Alo, L. 2011. *Komunikasi: Serba Ada Serba Makna*. Jakarta. Kencana.
- Augusty, F. 2006. *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian untuk Skripsi, Tesis dan Disertai Ilmu Manajemen*. Semarang. Universitas Diponegoro
Bandung. Alfabeta.
- Bilson, S. 2011. *Memenangkan Pasar dengan Pemasaran Efektif dan Protabel*. Jakarta. PT Gramedia Pustaka Utama.
- Durianto, D. 2013. *Strategi Menaklukan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek*. Jakarta. PT Gramedia Pustaka Utama.
- Harly dan Octavia. 2014. *Pengaruh Endorsement Fashion Blogger Terhadap Minat Beli Merek Lokal Pada Tahun 2013-2014 (Studi Kasus Pada Fashion Blogger Evita Nuh)*. Jurnal Manajemen Indonesia. Vol. 14. No. 2 Agustus 2014
- Kertamukti, R. 2015. *Strategi Kreatif dalam Periklanan: Konsep Pesan, Media, Branding, Anggaran*. Jakarta. PT RajaGrafindo Persada.
- Kertamukti, R. 2015. *Strategi Kreatif Dalam Periklanan: Konsep, Media, Branding, Anggaran*. Jakarta. Rajawali Pers.
- Kotler dan Keller. 2012. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta. Penerbit Erlangga.
- Marselina, D. 2017. *Pengaruh Celebrity Endorser terhadap Brand Image pada Kosmetik Wardah di Bogor*. Jurnal Manajemen dan Organisasi. Vol VIII, No.1 April 2017.
- Malau, H. 2017. *Manajemen Pemasaran*. Bandung. Alfabeta.
- Muthohar M, T RA. 2013. *Pengaruh Endorser Ulama Terhadap Sikap dan Minat beli Konsumen*. Jurnal Bisnis dan Ekonomi. 19 (1): 86-99.

- Peter, J.P, James H. Honnelly, Jr. 2007. *Marketing Management Knowledge and Skill*. New York. McGraw-Hill Irwin.
- Priansa, Donni Junni. 2017. *Perilaku Konsumen dalam Bisnis Kontemporer*. Bandung. Alfabeta
- Putri dan Patria. 2018. *Pengaruh Endorsement Selebriti Instagram terhadap Minat Beli Remaja Putri*. Gadjah Mada Journal of Professional Psychology (GAMAJPP). Vol 4, No.1, 2018: 33-41.
- Praywana dan Anjarwati. 2013. *Pengaruh Penggunaan Celebrity endorses Irfan Bachdim dan Even Sponsorship Terhadap Citra Merek Minuman Isotonik Pocari Sweat*. Jurnal Ilmu Manajemen. Vol. 1, No.1 Januari 2013.
- Rahima, P. 2018. *Pengaruh Celebrity Endorser di Media Sosial Instagram dalam Promosi Produk Hijab terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Kasus pada Akun Instagram @wiriamaeazzahra)*. STMIK Bumigora Mataram. 2018.
- Royan, Frans M. 2004. *Marketing Celebrities*. Jakarta. PT Elex Media Komputindo.
- Ship T. 2003. *Periklanan promosi aspek tambahan komunikasi pemasaran terpadu*. "Ed ke-5" Jilid 1. Sjahrial R, Dyah, penerjemah. Jakarta. Erlangga.
- Subagyo, A. 2010. *Marketing In Business*. Edisi pertama. Jakarta. Mitra wacana media.
- Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung. Penerbit Alfabeta.
- Sunyoto, D. 2012. *Konsep Dasar Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Yogyakarta. CAPS (Centre of Academic Publishing Service).
- Saputra, H. 2017. *Pengaruh Harga dan Promosi terhadap Minat Konsumen (Studi pada PT Samudranesia Tour and Travel Pekanbaru)*. JOM FISIP Vol. 4 No.1.
- Wati, H. 2019. *Pengaruh Selebgram sebagai Celebrity Endorsement terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswi*. Societas Jurnal Pendidikan Sosiologi. Desember 2019