

DAFTAR PUSTAKA

Buku :

- Assael, Henry. 2001. *Consumer Behavior 6th Edition*. Thomson Learning, New York.
- Amirullah, Hardjanto. 2005. *Pengantar Bisnis*, Edisi 1. Graha Ilmu, Yogyakarta.
- Bakker, Anton dan Achmad Charris Zubair, 1992, *Metodologi Penelitian Filsafat*. Penerbit Kanisius, Yogyakarta.
- Belch, George dan Belch, Michael. 2009. *Advertising and Promotion: An Integrated Marketing Communication Perspective*. McGraw Hill, New York.
- Berkowski, George, 2016, *How to Build a Billion Dollar App: Temukan Rahasia dari para Pengusaha aplikasi paling sukses di dunia*, Gemilang, Tangerang.
- Bertens K, 2009, *Pengantar Etika Bisnis*, Edisi Keenam. Penerbit Kanisius, Yogyakarta.
- Bukhori Alma, 1993, *Pengantar Bisnis*. AlfaBeta, Bandung.
- Handoko Hendroyono, 2012, *Brand Gardener*, Literati, Tangerang.
- Kattsoff, L. O, 2004, *Pengantar Filsafat*, penerjemah: Soejono Soemargono, Tiara Wacana, Yogyakarta.
- Keraf, A. Sonny, 1998, *Etika Bisnis*, Penerbit Kanisius, Yogyakarta.
- , 1998, *Etika Bisnis Tuntutan dan Relevansinya*, Penerbit Kanisius, Yogyakarta.
- Marcomm, Mix, 2018, *Millenials*, PT Sembilan Cahaya Abadi, Jakarta.
- Miliza Ghazali, 2016, *Buat Duit Dengan Facebook dan Instagram : Panduan Menjana Pendapatan dengan Facebook dan Instagram*, Publishing House, Malaysia.
- Pieris, John, Nizam, Jim. 2007. *Etika Bisnis & Good Corporate Gevernance*, Pelangi Cendikia, Jakarta.
- Pusat Pembinaan dan Pengembangan Bahasa, 1998, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Balai Pustaka, Jakarta.
- Rossiter & Percy. 1998. *Marketing International*, McGraw Hill, New York.
- Royan, Frans.M, 2004, “*Marketing Celebrities “Selebriti Dalam Iklan dan Strategi Selebriti Memasarkan Diri Sendiri”*”, Media komputindo, Jakarta.
- Sattar, 2017, *Pengantar Bisnis*, CV Budi Utama, Yogyakarta.
- Schiffman dan Kanuk. 2008. *Perilaku konsumen*. Edisi 7. Indeks. Jakarta
- Shimp, Terence A., 2008. *Periklanan Promosi : Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jilid 2, Edisi kelima, Erlangga, Jakarta.

- Sinamo, Jansen.H, 2008, 8 *Etos Kerja Profesional*, PT. Malta Print Indo, Jakarta.
- Sugiarto, Matthew, 2018, *Instagrammarketing*, Jakarta: PT Pengembang Lintas Pengetahuan
- Suyanto, M, 2007, *Strategi Management*, CV Andi Offset, Yogyakarta
- Toto Tasmara, 1995, *Etos Kerja Pribadi Muslim*, PT. Dana Bhakti Wakaf, Jakarta.

Karya Ilmiah:

- Ankasaniscara, Palagan. (2012). *Analisis Pengaruh Celebrity Endorsement Pada Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Studi Kasus : Peter Says Denim*. Tesis. Program Magister Management Fakultas Ekonomi. Universitas Indonesia: Jakarta.
- Muslim, Indah Sulistyorini. (2012). *Pengaruh Dimensi Celebrity Endorser Terhadap Citra Merek (Studi Pada Iklan Mie Sedap Versi Edwin Lau Pada Mahasiswa Ilmu Rumpun Kesehatan Universitas Indonesia)*. Skripsi. Program Studi Ilmu Administrasi Niaga Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik. Universitas Indonesia.
- Utami, B, Pratiwi. (2014). *Strategi Komunikasi Pemasaran Melalui Endorsement Pada Online Shop Di Indonesia (Studi Deskriptif pada Online Shop I Wear Banana, Alf's Stuff dan Chickhorse)*. Skripsi. Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik. Universitas Negeri Sultan Ageng Tirtayasa.
- Rahmawati, Dewi. (2016). *Pemilihan Dan Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Komunikasi Pemasaran Online (Studi Deskriptif Kualitatif Pada Akun Instagram @FreezyBrowniezz)*. Skripsi. Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora. Universitas Islam Sunan Kalijaga: Yogyakarta.
- Wahyuni, Ika. (2016). *Strategi Viral Marketing Melalui Instagram Dalam Meningkatkan Mutu Penjualan (Studi Deskriptif Kualitatif pada Selfi Contest Avoskin Beauty)*. Skripsi. Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora. Universitas Islam Sunan Kalijaga Yogyakarta.
- Arifin, S, B, Mahmudin. (2018). *Endorsement dalam perspektif islam*. Tesis. Program Studi Ekonomi Syari'ah Pasca Sarjana Universitas Islam Negeri Sunan Ampel: Surabaya
- Nurlita, Rizqi. (2018). *Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Pemasaran Online Pada Matakuliah Kewirausahaan (Study Kasus Pada Jurusan Pendidikan IPS FITK UIN Maulana Malik Ibrahim Malang)*. Skripsi. Program Studi Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan. Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim: Malang.

Jurnal :

- Friedman, H.H. and L. Friedman, 1979, “Endorsers Effectiveness by Product Type”, *Journal of Advertising Research*, Vol 19, No 5, pp. 63-71.
- Gevin Sepria Harly dan Damayanti octavia, 2014, “Pengaruh *endorsement* fashion blogger terhadap minat beli merek lokal pada 2013-2014”, *Jurnal Manajemen Indonesia*, Vol. 14, No. 2, 143
- Howard, P. N. & Parks, M. R, 2012. Media and Political Change: Capacity, Constraint, and Consequence. *Journal of Communication*, 62, 359-362.
- Kamins, Michael A., Brand, M. J., Hoeke, S. A., and Moe, J. C, 1989, Two-Sided Versus One-Sided *Celebrity Endorsements*: The Impact on Advertising Effectiveness and Credibility, *Journal of Advertising*, Vol. 18 (2), pp. 4.
- Raluca, CA 2012, *Celebrity Endorsement Strategy*, *Journal of Economic Series*, Vol.3, 75-79.
- Saporso dan Dian Lestari, 2009, “Peranan *endorser* terhadap brand image dari sudut pandang konsumen”, *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis*, Vol. 9, No. 3, 9 dan 162

Internet :

- Firmansyah. N. 2017. *7 Jenis Konten Untuk Ide Posting Di Instagram*
<https://starngage.com/7-jenis-konten-untuk-ide-posting-di-instagram/>.
Diakses pada 5 April 2019
- Zakaria. Muchamad. 2019. *Pengertian Endorse dan Manfaat Endorse dalam Meningkatkan Penjualan Produk Anda*
<https://www.nesabamedia.com/pengertian-endorse/>.
Diakses pada 20 Mei 2019