

DAFTAR PUSTAKA

Buku

Shimp, Terence A, 2003, *Periklanan Promosi Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu*, 1 jilid edisi ke-5 , Erlangga, Jakarta.

Roberts, Marry & Zahay, Debra, 2013, *Internet Marketing Integrating Online & Offline Strategies*, 3rd edn, Cengage Learning, Amerika.

Sudjatmoko, 2015, *Leader Transformasional*, Panembahan Senopati, Sukoharjo.

Jurnal

Huhn. Kristina, et.al. (2016) *How Brands Can Avoid Being in the Shadows of their Celebriry Endorser: Using Identity to Analyze Celebrity-Brand Congruence*. *Journal of Lund School of Economics and Management*. hlm 3-10.

Aljasir, Shuaa (2019) *Are Classic Theories of Celebrity Endorsements Applicable to New Media Used by Arabs? A Qualitative Investigation of Saudi Social Media Users*. *Journal of Creative Communication 14 (I)* hlm 15-30.

Hoekman M.L.L *How Does Celebrity Endorsement Influence the Attitude Toward the Brand and How Does Negative Publicity Affect this Relationship?* *Journal of Tilburg University* Hlm 8-11.

Johansson, Martin and Omer Bozan (2007). *How Does Celebrity Endorsement Affect Consumers' Perception on Brand Image and Purchase Intention?* *Journal of LULEA University of Technology*. Page 15-16.

Tantisenepong, Nisachon et.al (2012). *Evaluating Responses to Celebrity Endorsements Using Projective Techniques*. *Journal of Emerald Group Publishing Limited*. Hlm 57-69

Thusyanty, Vadivelu dan Vadivelu Tharanikaran (2015). *The Relationship Variables to Celebrity Endorsement and Brand Equity: A Comprehensive Review. Journal of Canadian Center of Science and Education*. Hlm 212-221.

Malik, Abdullah dan Bushan D. Sudhakar (2014). *Instrument for Brand Positioning and Sport Celebrity Endorsement in Measuring Purchase Intention of Consumers. Journal of Pondicherry University*. Hlm 263-270.

Erdogan (1999). *How Brands Can Avoid Being in the Shadows of their Celebriry Endorser: Using Identity to Analyze Celebrity-Brand Congruence. Journal of Lund School of Economics and Management*. hlm 3-10.

Ohanian (1990). *How Does Celebrity Endorsement Influence the Attitude Toward the Brand and How Does Negative Publicity Affect this Relationship? Journal of Tilburg University* Hlm 8-11.

Website

Profil Pegadaian, *Visi dan Misi*, Pegadaian diakses pada 3 Maret 2019, <<https://www.pegadaian.co.id/profil/visi-dan-misi>>

Profil Pegadaian, *Sejarah Perusahaan*, Pegadaian, diakses pada 4 Maret 2019, <<https://www.pegadaian.co.id/profil/sejarah-perusahaan>>

Profil Pegadaian, *Budaya Perusahaan*, Pegadaian, diakses pada 14 Juni 2019, <<https://www.pegadaian.co.id/profil/budaya-perusahaan>>

Priyabodo, Agus (2013), *Logo Baru Pegadaian Cerminkan Ragam Bisnisnya*, Surya.co.id, dirilis pada 1 April 2013, diakses pada 26 Juni 2019, <<https://surabaya.tribunnews.com/2013/04/01/logo-baru-pegadaian-cerminkan-ragam-bisnisnya>>

Produk Pegadaian, *Tabungan Emas*, Pegadaian, diakses pada 10 September 2019, <<https://www.pegadaian.co.id/produk/tabungan-emas>>

Sugiyono (2011), *Pengumpulan Data Penelitian dengan Observasi, Konsistensi*, diakses pada 17 September 2019, <https://www.konsistensi.com/2013/04/pengumpulan-data-penelitian-dengan_13.html>

Irwanto (2007), *Focus Group Discussion (Diskusi Kelompok Terarah)*, Kompasiana, dirilis pada 24 Februari 2014, diakses pada 17 September 2019, <<https://www.kompasiana.com/santidiwyarhi/54f84ea2a333112a608b52c8/focus-group-discussion-diskusi-kelompok-terarah?page=all>>

Ruang Guru, *Belajar Mengelolah dan Menganalisis Data Kualitatif*, dirilis pada 24 Mei 2018, diakses pada 17 September 2019, <<https://blog.ruangguru.com/belajar-mengolah-dan-menganalisis-data-kualitatif>>

Sosiologis.com, *Data Primer dan Data Sekunder*, dirilis pada 24 April 2018 diakses pada 17 September 2019, <<http://sosiologis.com/data-primer-dan-data-sekunder>>

APJII 2018, *Survei Internet APJII 2018*, APJII, diakses pada 18 September 2019, <<https://apjii.or.id/survei2018s>>

Mulyono dan Indra Sjafri (2019). *Bidik Nasabah Tabungan Emas dari Insan Sepak Bola, Pegadaian Semarang Hadirkan Indra Sjafri*. Tribun Jateng, dirilis pada September 2019, diakses pada 18 September 2019, <<https://jateng.tribunnews.com/2019/09/15/bidik-nasabah-tabungan-emas-dari-insan-sepak-bola-pegadaian-semarang-hadirkan-indra-sjafri>>

Profil Pegadaian. *Struktur Organisasi Pegadaian*. Pegadaian, diakses pada 21 September 2019, <<https://www.pegadaian.co.id/profil/struktur-organisasi>>

Shimp (2003). *Pengertian, Peran, dan Indikator Celebrity Endorser*. Buku Teori, dirilis pada 14 September 2018, diakses pada 24 September 2019, <<https://bukuteori.com/2018/09/14/pengertian-peran-dan-indikator-celebrity-endorser/>>

Suryadi (2006). *Pengertian Endorser, Aspek, Peran, Kelebihan dan Kekurangan Endoser Lengkap*. Pelajaran dirilis pada 30 Maret 2019, diakses pada 24 September 2019, <<https://www.pelajaran.co.id/2019/30/pengertian-endorser-aspek-peran-kelebihan-dan-kekurangan-endorser.html>>

Tjiptono (2002). *27 Pengertian Promosi Menurut Para Ahli (Pembahasan Lengkap)*. StudiNews. dirilis pada 17 Oktober 2017, diakses pada 24 September 2019, <<https://www.studinews.co.id/pengertian-promosi-menurut-para-ahli/>>

Foto Indra Sjafri, diakses pada 6 Oktober 2019. <<https://gramho.com/media/2133309203758720551>>

Indra Sjafri. Twitter, diakses pada 6 Oktober 2019. <https://twitter.com/indra_sjafri>

Foto Indra Syafri, diakses pada 6 Oktober 2019. <<https://www.bola.com/indonesia/read/3865569/indra-sjafri-terapkan-seleksi-ketat-untuk-timnas-indonesia-u-22>>

Dokumentasi Indra Sjafri, diakses pada 6 Oktober 2019.<<https://linisiar.id/pegadaian-gandeng-indra-sjafrie-asah-pembinaan-sepak-bola-usia-dini/>>

Dokumentasi Indra Sjafri, diakses pada 6 Oktober 2019. <<http://olahraga.suarasurabaya.net/news/2018/211752-Piala-AFC-U-19-Indra-Sjafri-Klaim-Pahami-Kekuatan-Timnas-Jepang>>

Kriyanto (2008), *Pengertian Iklan menurut para ahli terlengkap*. Seputar Pengetahuan. Diakses pada 12 November 2019. <<https://www.seputarpengetahuan.co.id/2015//12/12-pengertian-iklan-menurut-para-ahli-terlengkap.html>>

Kotler & Amstrong (2008:116), *Komunikasi Pemasaran*. Diakses pada 12 November 2019. <<https://www.sekolahan.co.id/komunikasi-pemasaran/>>

Courtlan.L.Bovee, *Jenis-jenis Iklan*. Diakses pada 13 November 2019. <<https://ofteachers.blogspot.com/2017/04/jenis-jenis-iklan-berdasarkan-media-dan-tujuannya.html?m=1>>

Ohanian (1990), *Attractiveness*. Diakses pada 13 November 2019. <https://www.researchgate.net/publication/261644150_Construction_and_Validation_of_a_scale_to_Measure_Celebrity_Endorser's_Perceived_Expertise_Trustworthiness_and_Attractiveness>

Margono, *Pengertian Observasi*, diakses 13 November 2019. <<https://www.zonareferensi.com/pengertian-observasi/>>

Columbia & Hening (1990), *Focus Group Discussion*, diakses pada 13 November 2019. <<https://materibelajar.co.id/focus-group-discussion/>>

Pusat Akademik, *Metode Penelitian*. Diakses pada 13 November 2019. <<http://pusatakademik.blogspot.com/2017/09/metode-penelitian.html?m=1>>

Metode analisis data, *Teknik Analisis Data Kuantitatif Kualitatif Lengkap*. diakses pada 13 November 2019. <<http://dosensosiologi.com/teknik-analisis-data-kuantitatif-kualitatif-lengkap/>>

Nazir (1998), *Penelitian Deskripsi Kualitatif*. Diakses pada 13 November 2019. <<https://www.linguistikid.com/2016/09/pengertian-penelitian-deskriptif-kualitatif.html>>

Hermawan (2005), *Pengertian Data Primer*. Diakses pada 13 November 2019. <<https://www.spssstatistik.com/data-primer-dan-data-sekunder/>>

Purwanto (2007), *Pengertian Data Sekunder*. Diakses pada 13 November 2019. <<https://www.gurupendidikan.co.id/data/>>

Zenius, *Revolusi Industri 4.0*. diakses pada 19 November 2019. <<https://www.zenius.net/blog/21104/revolusi-industri-4-0>>

Sindo News, *Ancaman & Peluang Revolusi Industri 4.0*. diakses pada 19 November 2019. <<https://nasional.sindonews.com/read/1439542/16/revolusi-industri-40-ancaman-dan-peluang-1568407320>>

Kumparan, *Jumlah Pengguna Internet Indonesia Paling Besar di Asia Tenggara*. diakses pada 19 November 2019. <<https://google.com/amp/s/m.kumparan.com/amp/kumparantech/jumlah-pengguna-internet-indonesia-aling-besar-di-asia-tenggara-1543316491867891765>>

Jawa Pos, *Survei Pengguna Internet*. diakses pada 19 November 2019. <<https://www.google.com/amp/s/www.jawapos.com/oto-dan-teknologi/17/05/2019/survei-pengguna-internet-indonesia-paling-banyak-akses-koten-video/%3famp>>

Katadata, *Iklan Video Pendek di Media Sosial*. diakses pada 19 November 2019. <<https://www.google.com/amp/s/amp.katadata.co.id/berita/2019/10/18/iklan-video-pendek-di-media-sosial-diprediksi-tren>>

Suara.com, *Endorser*. diakses pada 19 November 2019. <<https://google.com/amp/s/amp.suara.com/lifestyle/2019/10/14/121714/buzzer-politik-lagi-hits-apa-bedanya-dengan-influencer-endorser-dan-kol>>