

DAFTAR REFERENSI

SUMBER BUKU:

- Andy, Sernovitz. 2009. *Word of Mouth Marketing: How Smart Companies Get People Talking (Revised Edition)*. New York: Kaplan Publishing.
- Arikunto, S. 2006. *Metode Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Belch, George E., Belch, Michael A. 2009. *Advertising and Promotion: An Integrated Marketing Communication Perspective*. New York: McGraw-Hill.
- Bogdan dan Taylor. 1975. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remadja Karya.
- Boyd, Harper W., Orviller C. Walker dan Jean-Claude Larreche. 2000. *Manajemen Pemasaran Suatu Pendekatan Strategis dengan Orientasi Global*. Jakarta: Erlangga.
- Bungin, Burhan. 2003. *Analisis Data Penelitian Kualitatif*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Doty, Dorothy. L. 2003. *Publicity and Public Relations, Barron's Business Library*, New York.
- Jerru C. Olshon dan Peter J. Paul. 2014. *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran Edisi 9 Buku 2*. Jakarta: Penerbit Salemba Empat.
- Kennedy, John. E R Dermawan Soemanagara. 2006. *Marketing Communication: Taktik dan Strategi*. Jakarta: PT Buana Ilmu Populer (kelompok Gramedia).
- Kotler, Amstrong. 2004. *Prinsip – Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, K. 2009. *Manajemen Pemasaran 1 Edisi 13*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip. 2008. *Manajemen Pemasaran Edisi 12 Jilid 2*. Jakarta: Indeks.
- Kotler, Philip. 2012. *Manajemen Pemasaran, Edisi Milenium, Jilid 1*. Jakarta: PT Prenhallindo.
- Kotler, Philip. & Gary Armstrong. 2014. *Principle Of Marketing, 15th edition*. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Kotler, Philip. 2004. *Marketing Management, The Millenium Edition*. Englewood Cliffs, New Jersey: Prentice Hall.
- Lexy J. Moleong. 2005. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Nasrullah, Rulli. 2015. *Media Sosial Perspektif komunikasi, Budaya dan Sosioteknologi*. Bandung: Simbiosia Rekatama Media.
- Prisgunanto, ilham. 2006. *Komunikasi Pemasaran: Strategi dan Taktik*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Rainie, L; Brenner, J; and Purcell, K.2012. *Photos and Videos As Social Currency Online*. Pew Internet & American Life Project.

- Shirky, Clay. 2008. *Here Comes Everybody*. USA: Penguin Group.
- Sugiono. 2010. *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Sulianta, Feri. 2015. *Keajaiban Sosial Media*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Suryadni, Tatik. 2013. *Perilaku Konsumen di Era internet*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Tjiptono, Fandy. 2008. *Strategi Pemasaran Edisi 3*. Yogyakarta: Andi.
- Ulber Silalahi. 2009. *Metode Penelitian Sosial*. Bandung: PT. Refika Aditama.

SUMBER LAIN:

- Bansal, Havir S. dan Peter A. Voyer. 2000. *Word of Mouth Processes Within a Services Purchase Decision context*. Journal of Service Research.
- Gita Prastyanti. 2017. *Pengaruh Penggunaan Celebgram (Celebrity Endorser Instagram) Terhadap Niat Beli Konsumen Secara Online Pada Media Sosial Instagram (Studi pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung)*. Skripsi. Lampung: UNILA.
- Marizka Aziani. 2009. *Efektivitas Penggunaan Celebrity Sebagai Endorser: Sebuah Studi Pada Produk Sepeda Motor*. Skripsi. Jakarta: Bina Nusantara university.
- Naufal Savero Rakha Heda. 2017. *Pengaruh Celebrity Endorser dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Sampo (Studi Kasus pada Merek Clear)*. Skripsi. Yogyakarta: UNY.
- Nawawi, H. Hadari dan H. M. Martini Hadari. 1995. *Instrumen Penelitian Bidang Sosial*. Gadjah Mada University Press. Yogyakarta.
- Soesatyo, N dan Rumambi, L.J. 2013. *Analisa Credibility Celebrity Endorser Model: Sikap Audience Terhadap Iklan dan Merek Serta Pengaruhnya Pada Minat Beli "Top Coffee"*. Jurnal Manajemen Pemasaran Vol. 1, No.2.
<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2018/02/09/berapa-pengguna-instagram-dari-indonesia> (diakses pada tanggal 12 April 2019)
<https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pubmed/23108678> (diakses 15 April 2019)