

## DAFTAR PUSTAKA

- Ayni, Mar'atul, Andi Tri Haryono, dan Maria M Minarsih, 2015. Pengaruh Intensitas Penayangan Iklan, Harga, dan *Credibility Celebrity Endorser* Terhadap Keputusan Pembelian dengan Minat Beli sebagai Variabel Intervening pada Kosmetik Wardah. *Jurnal Manajemen Pemasaran FE UNPAD*: 18.
- Belch & Belch. 2007. *Advertising and Promotion: An Integrated Marketing Communication Perspective*. New York: McGraw-Hill.
- Frans M, Royan. 2005. *Marketing Celebrities : Selebriti dalam Iklan dan Strategi Selebriti Memasarkan Diri Sendiri*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Harly, Gevin Sepria dan Damayanti Octavia, 2014. Pengaruh *Endorsment 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: 150.
- Hasan, Ali. 2014. *Marketing Kasus-Kasus Pilihan*. Yogyakarta: CAPS (Center for Academic Publishing Service).
- Indraswari, Ni Mahadewi, dan Komang Agus Satria Pramudana, 2014. Pengaruh Kredibilitas Celebrity Endorser dan Kewajaran Harga terhadap Niat Beli Konsumen Wanita pada Online Shop Produk Pakaian. *Tugas Akhir*. Bali: E-Jurnal Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana.
- Kienan, Brenda. 2001. *Small Bussines Solutions E-Commerce*. Jakarta: PT Alex Media Komputindo.
- Kotler, Philip, dan Gary Amstrong. 2006. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jilid 1. Edisi 12. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip, dan Kevin Lane Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1. Edisi 13. Jakarta: Erlangga.
- Kuncoro, Mudrajad. 2003. *Metode Riset untuk Bisnis & Ekonomi*. Jakarta: Erlangga.
- Kurniawan, Fransisca Juanda, dan Yohanes Sondang Kunto, 2014. Analisa Pengaruh Visibility, Credibility, Attraction, dan Power Celebrity endorser

Terhadap Brand Image Bedak Marcks Venus. *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*. Vol. 2 No. 1: 2.

Morissan, MA. 2010. *Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Kencana.

Prabowo, Yanuar Widi, Suharyono, dan Sunarti, 2014. Pengaruh *Celebrity Endorser* Terhadap Minat Beli. Survei pada Pengunjung 3Second Store di Jalan Soekarno Hatta Malang. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*. Vol.14 No.2: 6.

Priyatno, Duwi. 2013. *Mandiri Belajar Analisis Data Dengan SPSS*. Yogyakarta: Mediakom

Qudratullah, Mohammad Farhan. 2013. *Analisis Regresi Terapan*. Yogyakarta: C.V. ANDI.

Rangkuti, Freddy. 2007. *Riset Pemasaran*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka.

Sertoglu, Aysegul Ermec, Ozlem Catli, dan Sezer Corkmaz, 2014. Examining The Effect of Endorser Credibility on the Consumer's Buying Intentions : An Empirical Study in Turkey. *International Review of Management and Marketing* Vol. 4, No.1: 173.

Shimp, A. Terence. 2003. *Periklanan Promosi*. Alih Bahasa: Revyani Sjahrial dan Dyah Anikasari. Jakarta: PT Gramedia.

Soesatyo, Natalia dan Leonid Julivan Rumambi, 2013. Analisa Credibility Celebrity Endorser Model : Sikap Audience Terhadap Iklan dan Merk serta Pengaruhnya Terhadap Minat Beli "Top Coffe". *Jurnal Manajemen pemasaran*. Vol 2: 5.

Sugiarto, 2014. Pengaruh *Celebrity Endorser* Terhadap Minat Beli Konsumen Studi Kasus Pada Produk Mie Sedap dengan Edwin Lau sebagai *Celebrity Endorser*. Tugas Akhir. Salatiga: Universitas Kristen Satya Wacana Salatiga.

Sugiyono. 2014. *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.

Suprayoga, I. dan Tobroni. 2001. *Metodologi Penelitian Sosial-Agama*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

Tim Marknesis. 2009. *Pemasaran: Strategi, Taktik, & Kasus*. Marknesis: Yogyakarta.

Usman, Husaini dan Akbar Purnomo Setiady. 2006. *Pengantar Statistika*. Edisi Kedua. Bandung : PT Bumi Aksara

Waluyo, Minto. 2008. *Structural Equation Modelling*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

<http://satisfyingcustomer.com/number-internet-users-indonesia-penetrating-100million-2015/> (di akses pada 6 Oktober 2015, pukul 13.00 WIB)

[https://id.wikipedia.org/wiki/Ayu\\_Ting\\_Ting#Penghargaan\\_dan\\_nominasi](https://id.wikipedia.org/wiki/Ayu_Ting_Ting#Penghargaan_dan_nominasi)  
(diakses 12 Oktober 2015 pukul 15.30 WIB)

<http://www.solopos.com/2015/09/23/aplikasi-populer-wow-pengguna-instagram-capai-400-juta-orang-645472> (diakses pada 30 Januari 2016 pukul 20.00 WIB)