



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

DAFTAR PUSTAKA

- Asshidiq, Fahri Nur Taufik. (2014). Pengaruh Celebrity Endorser Valentino Rossi Terhadap *Brand image* Sepeda Motor Yamaha. Bandung: Universitas Telkom
- Febriyanti, Rizky Suci dan Wahyuati, Aniek.(2016). Pengaruh Celebrity Endorser dan *Brand image* Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli, Jurnal Riset Ilmu Manajemen : Vol 5 No. 5, Surabaya: Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia.
- Ghozali, Imam. (2012). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 20. Semarang: Badan Penerbit-Universitas Diponegoro.
- Hovland, Carl L. (2007). *Definisi Komunikasi*. PT. Raja Grafindo Persada: Jakarta
- Katadata. (2016) “*Peringkat instagram di Indonesia*” . databoks.katadata.co.id. Diakses 4 April 2018, dari <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2017/01/13/kalahkan-facebook-instagram-aplikasi-terpopuler-Indonesia>
- Kriyantono, Rachmat. (2012). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta:Kencana
- Kriyantono, Rachmat (2010). *Teknik Praktis Riset Komunikasi: Disertai Contoh Praktis Riset Media, Public Relations, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Kencana
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Alih bahasa oleh Bob Sabran. Edisi kedua belas. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip and Gay Armstrong. (2012). *Prinsip-Prinsip pemasaran*. Edisi 13. Jilid 1. Jakarta: Erlangga
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. (2012). *Marketing Management: 13th Edition*. New Jersey: Patience Hall, Inc

- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller. (2008). *Manajemen Pemasaran: Jilid 1*. Jakarta: Erlangga
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller. 2015. *Marketing Management: 15th Edition*. Pearson Education.
- Keller, K.L. (2013). *Strategic brand management: building, measuring, and managing brand equity: 4th ed*. England: Pearson Education, Inc.
- Magdalena, Puspita Astria, Suharyono, dan Mukhammad. (2015). Pengaruh *Brand ambassador* terhadap *International Brand image* Serta Dampaknya Ke Keputusan Pembelian (Studi Pada Pengguna Smartphon Samsung)
- Maysita, Dini Arti. (2017). Pengaruh *Brand Ambassador* Dian Sastro Wardoyo Terhadap *Brand Image* Produk Make up L'Oreal Paris (Studi pada konsumen L'oreal di Kota Bandung. Bandung: Universitas Telkom
- Pramesti, Ni Nyoman Tri Mentari, Pascarani, Ni Nyoman Dewi, dan Joni, I Dewa Ayu Sugarica. (2017) Pengaruh Penggunaan *Celebrity Endoser* Terhadap *Brand Awareness* Akun @georgiostore di Kalangan Siswa SMA 1 Desnpasar. Bali: Universitas Udayana
- Putra, Muhammad Ikhsan, Surhayono, dan Abdillah, Yusri. (2014). Pengaruh *Brand ambassador* Terhadap *Brand image* Serta Dampaknya Terhadap Keputusan Pembelian (Survey Pada Pengguna Line di Asia), Malang: Universitas Brawijaya
- Royan, Frans M. (2004) . *Marketing Selebritis*. Jakarta: PT Elex Media Koputindo
- Ruslan, Rossady. (2017). *Metode Penelitian: Public Relations & Komunikasi*. Jakarta: Rajawali Pers
- Rubby, Nadira Juneta. (2014) Pengaruh Kredibilitas *Brand Ambassador* Terhadap Proses Keputusan Pembelian, Bandung: Universitas Komputer Indonesia
- Sabrina, Nisa, Azwar, dan Sofa, Nadia. (2017) . Pengaruh Kredibilitas *Brand ambassador* Selebriti Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pada Iklan

- Wardah Versi Dewi Sandra (Studi Pada Mahasiswa UIN Jakarta Fakultas Ekonomi dan Bisnia), Jakarta : Universitas Islam Negri Syarif Hidayatullah
- Sagala, Mohammad Habib. (2017). Pengaruh *Brand ambassador* Terhadap *Brand image* Oppo Smartphone di Kota Bandung, Vol . 4, No. 1. Bandung: Universitas Telkom
- Setiawaty, Melisa .(2015). Pengaruh Maudy Koesnaidi Sebagai Celebrity Endorser Dalam Iklan Televisi L'Oreal Fall Repair 3x Terhadap *Brand image* L'Oreal di Surabaya, Surabaya: Universitas Petra Surabaya
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian: Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Terence A. Shimp. (2003) . *Periklanan dan Promosi*. Jakarta:Erlangga
- Tempo. (2015). “*Apa itu bisnis Startup?*” . *Bisnis.Tempo.com*, Diakses 4 Aril 2018, Dari <https://bisnis.tempo.co/read/718820/apa-sebenarnya-bisnis-startup-itu>
- Utami, Siti. (2013). Pengaruh Penggunaan Selebriti Sebagai *Brand ambassador* Terhadap *Brand image* Panasonic (Studi pada Perumahan Komplek Billy&Moon), Jakarta: Universitas Bina Nusantara.

UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA