



### **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

- Atmoko Dwi, Bambang. 2012. *Instagram Handbook Tips Fotografi Ponsel*. Jakarta: Media Kita.
- Arikunto, Suharsimi. 2014. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Belch, George E, Michael A. Belch. 2009. *Advertising and Promotion: An Integrated Marketing Communication Perspectiv., 8th Edition*. New York: McGraw-Hill.
- Bungin, Burhan. 2014. *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Komunikasi, Ekonomi, dan Kebijakan Publik Serta Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya, Edisi Kedua*. Jakarta: Kencana.
- Durianto, Darmadi. 2004. *Strategi Menaklukan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Ghozali, H. Imam. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Griffin, EM. 2012. *A First Look at Communication Theory: Eight Edition*. New York: McGraw-Hill.
- Hermawan, Agus. 2012. *Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Littlejohn, Stephen W & Karen A.Foss. 2009. *Teori Komunikasi*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Kartajaya, Hermawan. 2010. *Perjalan Pemikiran Konsep Pemikiran*. Surabaya: Erlangga.
- Kotler, Philip & Kevin Lane Keller. 2012. *Marketing Management 13th Edition*. New Jersey: Pearson Prentice Hall, Inc.
- Kotler, Philip & Kevin Lane Keller. 2013. *Manajemen Pemasaran, Jilid Kedua*. Jakarta: Erlangga.
- Kriyantono, Rachmat. 2008. *Tekhnik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta : Prenada Media Group.
- Kriyantono, Rachmat. 2014. *Tekhnik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta : Prenada Media Group.
- Miller, K. 2005. *Communication theories: Perspectives, processes, and contexts, 2nd Ed*; New York: McGraw-Hill.
- Neuman, W. Lawrence. 2013. *Metodologi Penelitian Sosial : Pendekatan Kualitatif dan Pendekatan Kuantitatif. Edisi ke-7*. Jakarta : Indeks.

- Parker, Catherine. 2010. *301 Ways To Use Social Media To Boost Your Marketing*. New York: McGraw-Hill.
- Rangkuti, Freddy. 2009. *The Power of Brands*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Riduwan dan Engkos Achmad Kuncoro. 2014. *Cara Menggunakan dan Memakai Path Analysis*. Bandung: Alfabeta.
- Rossiter, J. & Percy, L. (1997). *Advertising communications & promotion Management* (2nd ed). New York: McGraw-Hill.
- Royan, Frans. 2005. *Marketing Celebrities*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Schiffman dan Kanuk. 2007. *Perilaku Konsumen*. Edisi Kedua. Jakarta: PT Indeks Gramedia.
- Shimp, Terrence A. 2003. *Periklanan Promosi*. Jakarta: Erlangga.
- Shimp, Terrence A. 2014. *Komunikasi Pemasaran Terpadu Dalam Periklanan dan Promosi*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: CV Alfabeta.
- Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Bandung: CV Alfabeta.
- Utami, Christina Widya. 2010. *Manajemen Ritel*. Jakarta: Salemba Empat.

### Sumber Jurnal

- Ahmed, Ali, Farhan Azmat, Omer Farooq. 2012. *Effect of Celebrity Endorsement on Customer Buying Behavior*. *Interdisciplinary Journal of Contemporary Research in Business*, Vol. 4 No. 5. <https://poseidon01.ssrn.com/delivery.php?ID>
- Andriyanto, Richard Darmawan, dan Jony O. Haryanto. 2010. *Analisis Pengaruh Internet Marketing Terhadap Pembentukan Word of Mouth dan Brand Awareness untuk Memunculkan Intention to Buy*. *Jurnal Manajemen Teknologi*, Volume 9 (No.1), halaman 2. <http://journal.sbm.itb.ac.id/index.php/mantek/article/view/108/99>
- Angela Byrne, Maureen Whitehead, Steven Breen. 2003. *The Naked Truth of Celebrity Endorsement*. *British Food Journal*, Vol. 105 Issues 4/5, halaman 288-296. <https://www.researchgate.net/publication/241367381> The naked truth of celebrity endorsement

- Imamah, Siti Hofiyah. 2016. *Pengaruh Promosi Penjualan Produk Melalui Instagram Terhadap Minat Beli Konsumen*. <http://publication.gunadarma.ac.id/bitstream/123456789/14022/1/PPT%20PI.pdf>
- Soesatyo, N dan Julivan R. 2013. *Analisa Credibility Celebrity Endorser Model: Sikap Audience terhadap Iklan dan Merek Serta Pengaruhnya Pada Minat Beli "Top Coffe"*. Jurnal Manajemen Pemasaran Vol. 1. <https://media.neliti.com/media/publications/140331-ID-analisa-credibility-celebrity-endorser-m.pdf>
- Tamomi, Romy Victor. 2012. *Pengaruh Iklan Terhadap Niat Beli Konsumen Melalui Citra Merek dan Sikap Pada Minuman Isotonic Mizone di Surabaya*. <http://download.portalgaruda.org/article.php?article=114026&val=5210>
- Wicaksono, Mohammad Pambudi Ary dan Ni Ketut Seminari. 2016. *Pengaruh Iklan dan Word Of Mouth Terhadap Brand Awareness Traveloka*. E-Jurnal Manajemen Unud, Vol. 5, No. 8. <https://ojs.unud.ac.id/index.php/Manajemen/article/view/22531>

### **Skripsi**

- Bahri, Rayza Ardian. 2012. *Analisis Pengaruh Endorser di Sosial Media Terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian Produk Dengan Metode AISAS. Studi Kasus: Telkomsel*. Depok: Universitas Indonesia.
- Andina Dyah S. 2014. *Studi Elaboration Likelihood Model pada Pengaruh Selebgram (Selebriti Endorser Instagram) Terhadap Minat Pembelian dalam Media Sosial Instagram (Studi Eksplanatif pada Follower Instagram @joyagh)*. Malang: Universitas Brawijaya.
- Suri, Mahda. 2017. *Pengaruh Celebrity Endorser Online Shop di Instagram Terhadap Citra Perusahaan Ladyfame Shop*. Bandar Lampung: Universitas Lampung.

### **Sumber Online**

- Azzura, Siti Nur. 2017. "Suvei: Indonesia menjadi Surga Belanja Online Terbesar se-Asia Tenggara". Diakses pada 25 Juni 2018. <https://www.merdeka.com/uang/survei-indonesia-jadi-surga-belanja-online-terbesar-se-asia-tenggara.html>

- Wijaya, Ketut Krisna. 2016. “Jumlah Pengguna Instagram di Indonesia”. Diakses pada 19 Mei 2018. <https://id.techinasia.com/jumlah-pengguna-instagram-indonesia>
- Ngantung, Daniel. 2016. “Sejarah dan Penghargaan Cotton Ink”. Diakses pada 27 Mei 2018. <https://wolipop.detik.com/read/2016/11/22/105605/3351183/1133/cotton-ink-bisnis-dua-sahabat-smp-yang-sukses-jadi-brand-lokal-favorit> .
- Salha, Mutiara. “Pengertian Selebgram”. Diakses pada 30 Mei 2018. <https://www.kompasiana.com/mutiarasalha/5863e1735597736e135e43a0/apasih-selebgram-itu>
- “About Cotton Ink”. Diakses pada 27 Mei 2018. [www.cottonink.co.id](http://www.cottonink.co.id)
- “Cotton Ink, Inovasi dan Penetrasi Pasar (2)”. Diakses pada 28 Mei 2018. <https://smart-money.co/inovasiona/cotton-ink-inovasi-dan-penetrasi-pasar-2>
- “Hasil Survei Pengguna Internet 2017”. Diakses pada 23 Mei 2018. <https://www.apjii.or.id/survei>

UMMN  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA