

## DAFTAR PUSTAKA

- Al-Ekam1, Esmail M.J. Nik Kamariah Nik Mat1. Salniza. Salleh. Norashikin Binti Baharom. Tuan Rohasnida Binti Tuan Teh. Noor Aida Binti Noh. Nor Ermawati Binti Hussain. (2012). *“The Influence of Trust, Advertising, Family on Intention and Actual Purchase of Local Brand in Yemen”*, Malaysia: American journal
- Chen,Liwei. (2014). *The influence of social media on consumer behavior (An empirical study on factors influencing consumer purchase intention in China under the social media context*, Aarus University.
- Chi Hsinkuang, Nanhua University, Taiwan. Huery RenYeh, Shih Chien University, Kaohsiung, Taiwan Yi Ching Tsai. (2011). *The Influences of Perceived Value on Consumer Purchase Intention: The Moderating Effect of Advertising Endorser*, Taiwan: Graduate Student of Nanhua University
- Gunawan, Anggraini. F dan Diah Dharmayanti, Dyah. (2014). *Analisis Pengaruh Iklan Televisi dan Endorser Terhadap Purchase Intention Pond’s Men dengan Brand Awareness sebagai Variabel Intervening*. Universitas Kristen Petra
- Hendroyono, Handoko. (2013). *Brand Gardener: edisi tumbuh berkembang*. Tangerang: Lenterahati.
- <http://bisnis.liputan6.com/read/512193/industri-fashion-ri-cetak-pendapatan-hingga-rp-164-triliun>. (2013), diakses pada tanggal 18 april 2015, pukul 20:00 wib.
- [http://kominfo.go.id/index.php/content/detail/3415/Kominfo+%3A+Pengguna+Intern+et+di+Indonesia+63+Juta+Orang/0/berita\\_satker#.VTNdu5M8nfY](http://kominfo.go.id/index.php/content/detail/3415/Kominfo+%3A+Pengguna+Intern+et+di+Indonesia+63+Juta+Orang/0/berita_satker#.VTNdu5M8nfY) (2014), diakses pada tanggal 18 april 2015, pukul 19:20 wib.

<http://lifestyle.kompasiana.com/urban/2013/05/16/endorse-artis-bikin-dagangan-laris-manis-556569.html> (2015), diakses pada tanggal 18 april 2015, pukul 19:45 wib.

<http://lintas.top/news/tekno.kompas.com/instagram-diserbu-400-juta-pengguna-termasuk-indonesia-kompas-com-tekno.html> (2015), diakses pada tanggal 14 November 2015, pukul 17.00 wib.

[http://www.kapanlagi.com/indonesia/s/sharena\\_rizky/](http://www.kapanlagi.com/indonesia/s/sharena_rizky/). (2013), diakses pada tanggal 25 November 2015, pukul 13.00 wib.

<http://www.marketing.co.id/diana-rikasari-menemukan-passion-di-fashion/>. (2013), diakses pada tanggal 18 april 2015, pukul 19:37 wib.

<http://www.republika.co.id/berita/nasional/umum/14/11/14/nf13mo-bak-artis-putra-jokowi-endorse-produk-online-shop>. (2014). diakses pada tanggal 18 Juli 2015, pukul 19:00 wib.

<http://www.youtube.com/nettv>. (2015), diakses pada tanggal 18 april 2015, pukul 21:00 wib.

Indrawati. (2015). *Metode Penelitian Manajemen dan Bisnis: Konvergensi Teknologi Komunikasi dan Informasi*, Bandung: Refika Aditama.

Kertamukti, Rama. (2015). *Strategi Kreatif dalam Periklanan (Konsep Pesan, Branding, Anggaran)*, Jakarta: PT Raja Grafindo.

Khadim Ali Rizwan a, Bilal Zafar, Muhammad Younis a. (2014). *Social Media Communication and Consumer Brand Perceptions*, Pakistan: Superior University Lahore.

Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane. (2012). *Marketing manajemen (14th edition)*, New Jersey : Pearson Education, Inc.

Lantos Paul.Geoffrey. (2015). *Consumer Behavior in Action: Real-life Applications for Marketing Managers*. New York: Routledge

- Nazir, Moh. (2014). *Metode Penelitian*, Bogor: Ghalia Indonesia.
- Priyatno, D. (2012). *Belajar Cepat Olah Data Statistik dengan SPSS*. Yogyakarta: Andi.
- Riduwan. (2010). *Dasar-dasar Statistika*. Bandung: Alfabeta
- Robert, Lou. Zahay, Depra. (2013). *Internet making: Integrating online and offline strategies*. USA: South western, cengage learning.
- Sanusi, Anwar. (2011). *Metode Penelitian Bisnis*, Jakarta: Salembaempat.
- Semenik ,chriss T. allen, C. o'guinn, kaufmann. (2012). *Advertising and promotions (An integrated brand approach)*, South western- cengage learning
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, Bandung:Alfabeta.
- Sujarweni, Wiratna, dan Endrayanto, Poly (2012). *Statiska untuk penelitian*, Yogyakarta :GrahaIlmu.
- Sunny, Sugiartodan Hani, Sirine. (2014). *Pengaruh Celebrity Endorser Terhadap MinatBeli Mie Sedaap (Studi Kasus Pada Iklan Mie Sedaap dengan Celebrity Endorser Edwin Lau )*. AKSES :Jurnal Ekonomi dan Bisnis
- Tony, Wijaya. (2012). *Praktis dan Simpel: Cepat Menguasai SPSS 20 untuk Olah dan Interpretasi Data*. Yogyakarta:Cahaya Atma Pustaka
- Uzzaman, Anis. (2015). *Start up media*, Yogyakarta: Bentang.
- Wibowo, Edy. (2012). *Aplikasi Praktis SPSS dalam penelitian*. Yogyakarta: Gava Media
- [www.binarylowcost.com/fashion-bakal-mendominasi-industri-kreatif-indonesia/](http://www.binarylowcost.com/fashion-bakal-mendominasi-industri-kreatif-indonesia/)  
(2015), diakses pada tanggal 14 November 2015, pukul 13.30 wib

[www.brilio.net/life/5-artis-ini-layak-dijuluki-ratu-endorse-di-indonesia-1509161.html](http://www.brilio.net/life/5-artis-ini-layak-dijuluki-ratu-endorse-di-indonesia-1509161.html) (2015), diakses pada tanggal 13 November 2015, pukul 14.00 wib

[www.dailysocial.id/post/stylefeed](http://www.dailysocial.id/post/stylefeed). (2015), diakses pada tanggal 12 November 2015, pukul 13.30 wib

[www.glitzmedia.co/post/eksklusif-apa-kata-ayla-dimitri-tentang-fashion](http://www.glitzmedia.co/post/eksklusif-apa-kata-ayla-dimitri-tentang-fashion). (2015), diakses pada tanggal 14 November 2015, pukul 15.00 wib

[www.kemenperin.go.id/artikel/5687/kekuatan-lokal-indonesia-untuk-fashion-dunia](http://www.kemenperin.go.id/artikel/5687/kekuatan-lokal-indonesia-untuk-fashion-dunia). (2013), diakses pada tanggal 12 November 2015, pukul 13.00 wib

[www.koran-sindo.com/news.php?r=0&n=22&date=2015-09-26](http://www.koran-sindo.com/news.php?r=0&n=22&date=2015-09-26) (2015) ,diakses pada tanggal 14 November 2015, pukul 13.00 wib

[www.lifeviva.co.id/news/read/336589-3-brand-fashion-lokal-targetkan-pusat-dunia](http://www.lifeviva.co.id/news/read/336589-3-brand-fashion-lokal-targetkan-pusat-dunia) (2012) ,diakses pada tanggal 13 November 2015, pukul 13.00 wib

[www.marketeers.com/article/jadi-etalase-digital-instagram-rilis-fitur-untuk-iklan.html](http://www.marketeers.com/article/jadi-etalase-digital-instagram-rilis-fitur-untuk-iklan.html) (2015) ,diakses pada tanggal 13 November 2015, pukul 13.30 wib

[www.marketing.co.id/instagram-lebih-menggoda-bikin-brand-berpaling-dari-facebook/](http://www.marketing.co.id/instagram-lebih-menggoda-bikin-brand-berpaling-dari-facebook/). (2015), diakses pada tanggal 15 November 2015 pukul 16.24 wib

[www.money.id/inspratory/mau-endorse.sharena-delon-siap-siap-rogo-kocok-jutann-rupiah-151110.html](http://www.money.id/inspratory/mau-endorse.sharena-delon-siap-siap-rogo-kocok-jutann-rupiah-151110.html). (2015), diakses pada tanggal 14 November 2015, pukul 15.20 wib

[www.rappler.com/indonesia/106894-pengguna-instagram-400-juta-indonesia-terbanyak.html](http://www.rappler.com/indonesia/106894-pengguna-instagram-400-juta-indonesia-terbanyak.html). (2015), diakses pada tanggal 15 November 2015 pukul 16.00 wib.

[www.swa.co.id/business-reserach/katanda-com-endorser-tidak-harus-dari-dunia-hiburan](http://www.swa.co.id/business-reserach/katanda-com-endorser-tidak-harus-dari-dunia-hiburan). (2015), diakses pada tanggal 14 November 2015, pukul 12.10 wib

[www.swa.co.id/business-strategy/marketing/ini-2-manfaat-beriklan-di-instagram-ads](http://www.swa.co.id/business-strategy/marketing/ini-2-manfaat-beriklan-di-instagram-ads). (2015), diakses pada tanggal 14 November 2015, pukul 12.00 wib

Yamin, Sofyan. Lien, A. Rachman. Heri, Kurniawan. (2011). *Regresi dan korelasi dalam genggamannya anda*, Jakarta: Salemba empat.

## **LAMPIRAN**