

DAFTAR PUSTAKA

Referensi buku :

- A.B. Susanto dan Hilmawan Wijanarko. 2004. *Power Branding: Membangun Merek Unggul dan Organisasi Pendukungnya*, Jakarta, penerbit: Mizan Publika Jakarta.
- Arif Rahman, *Strategi Dahsyat Marketing Mix*. Jakarta : Trans Media. 2010.
- A, Shimp Terence. 2010. *Integrated Marketing Communication in Advertising and Promotion, 8e*. South-Western: Cengage Learning. International Edition.
- A Shimp, Terence, 2007. "Periklanan Promosi (Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu)". Jilid I, edisi Terjemahan, Jakarta : Erlangga.
- A, Shimp, Terence (2003). *Periklanan Promosi & Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu*, Jilid I (edisi 5), Jakarta: Erlangga.
- A. Shimp, Terence. 2000. *Periklanan Promosi: Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu*, edisi ke-5. Jakarta: Erlangga
- Belch, G.E and M.A. Belch. 2004. *Advertising And Promotion: An Integrated Marketing Communications Perspective*, Sixth Edition, The McGraw Hill/Irwin: New York
- Bilson Simamora, 2003, "Memenangkan Pasar Dengan Pemasaran Efektif & Profitabel", Jakarta PT Gramedia Pustaka Utama.
- Buchari Alma, 2008. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung; Alfabeta
- Fandy, Tjiptono dan Gregorius Candra, 2005. *Service, Quality Satisfaction*. Yogyakarta: Andir Offset.
- Gilbert, David. 2003. *Retail marketing management (2nd ed.)*. England: PrenticeHall
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller, (2006), *Marketing Management*, Pearson Education Inc.
- Jefkins, Frank. 1996. *Periklanan*, Edisi 3. Jakarta: Erlangga

Masri, S.Riduwan dan Kuncoro. (2007). “Metodologi Penelitian Kuantitatif”. Bandung : Alfabeta

Novianto, Indra dan Adibayu Pamungkas. 2016. IMC 0 LOGY. Bandung

Pujianto. 2003. Strategi Pemasaran produk Melalui Media Periklanan. Jurnal Volume 5 No.1.

Riduwan. (2010). “Metode dan Teknik Menyusun Proposal Penelitian”. Bandung : Alfabeta

Schiffman dan Kanuk, (2007). *Perilaku Konsumen*. Edisi Kedua. Jakarta: PT. Indeks Gramedia

Sugiyono. (2017). Metode Penelitian Kualitatif Kuantitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta

Sugiyono. (2015). Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D). Penerbit CV. Alfabeta: Bandung.

Sugiyono. (2010). Metode Penelitian Kualitatif Kuantitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2012). Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2008). Metode Penelitian Kualitatif Kuantitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta

Suprianto, J, dan Nandan Limakrisna, 2007. Prilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran. Edisi Pertama. Jakarta: Penerbit Wacana Media

Taniredja, Tukiran, et.all. (2011). Model-Model Pembelajaran Inovasi. Bandung: Alfabeta

Wells, William dkk. (2007). *Advertising Principles and Effective IMC Practice*. Singapore: Prentice Hall

Referensi Jurnal dan Skripsi :

Yunitasari, Nina, 2017. Pengaruh Beauty Vlogger sebagai Celebrity Endorser terhadap Niat Beli dengan Asosiasi Merek sebagai Intervening Variabel. Yogyakarta: Universitas Sanata Dharma.

- Sabdosi, Zakiah, 2016. Pengaruh Variabel Celebrity Endorser terhadap Citra Merek L'oreal (Studi Produk L'oreal Paris Total Repair di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya). Malang: Universitas Brawijaya.
- Silalahi, Kevin septian martua, 2016. Pengaruh Celebrity Endorser Marc Marquez terhadap Brand Image Sepeda Motor Honda. Bandung: Universitas Telkom.
- Ash-shiddieq, Fahri nur taufik, 2016. Pengaruh Celebrity Endorser Valentino Rossi terhadap Brand Image Sepeda Motor Yamaha (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Komunikasi dan Bisnis Universitas Telkom). Bandung: Universitas Telkom.
- Cholifah, Nike. Suharyono, dan Kadarisman Hidayat, 2016. Pengaruh Celebrity Endorser terhadap Brand Image (Survei Pada Konsumen Kosmetik Wardah di Counter Wardah Kota Malang). Malang.
- Hermawati, Helena. Prayuwana dan Anik lestari Andjarwati. 2013. Pengaruh Penggunaan Celebrity Endorser Irfan Bachdim dan Event Sponsorship terhadap Citra Merek Minuman Isotonic Pocari Sweat. Unesa.
- Marselina, Dian, 2017. Pengaruh Celebrity Endorser terhadap Brand Image pada Kosmetik Wardah Di Bogor. Bogor: Intitut Pertanian Bogor.
- Puspitasari, Dinny. dan Edin S. Djatikusuma, 2013. Pengaruh *Celebrity Endorser* Ayu Ting Ting dalam Iklan Televisi terhadap *Brand Image* Produk Mie Sarimi.
- Clinton, Amos. Gary Holmes dan David Strutton, 2015. Exploring The Relationship Between Celebrity Endorser Effects And Advertising Effectiveness.
- Dr. Vipul Jain, 2011. Celebrity Endorsement And Its Impact On Sales: A Research Analysis Carried Out In India. India.

M. Woisetschlager, David. 2009. Sponsorship Congruence And Brand Image (A Pre-Post Event Analysis)

Prayag, Girish, 2010. Brand Image Assessment : International Visitors' Perception Of Cape Town

Daftar Internet :

<http://www.kaiamedia.com/pengertian-vlog> Diakses pada 24 September 2017 pukul 18:01

<https://www.jurnalweb.com/situs-website-paling-banyak-dikunjungi-di-indonesia/> Diakses pada 24 September 2017 pukul 20:35

<http://smeaker.com/19139/wow-indonesia-puncaki-pengguna-youtube-terbanyak-se-asia-pasifik/> Diakses pada 27 Maret 2017 pukul 16:04

<https://kumparan.com/@kumparantech/google-durasi-tonton-dan-jumlah-konten-youtube-indonesia-tumbuh-pesat> Diakses pada 25 September 2017 pukul 19:17

http://www.topbrand-award.com/top-brand-survey/survey-result/top_brand_index_2017_fase_1 Diakses pada 25 Oktober 2017 pukul 21:45

<https://www.youtube.com/> Diakses pada 25 Oktober 2017 pukul 20:50

<https://www.slideshare.net/arifady1/statistik-pengguna-internet-indonesia-2016> Diakses pada 30 Oktober 2017 pukul 21:45

<https://www.slideshare.net/arifady1/statistik-pengguna-internet-indonesia-2016> Diakses pada 30 Oktober 2017 pukul 21:50

<https://digiday.com/media/demographics-youtube-5-charts/> Diakses pada 25 September 2017 pukul 21:45