

## DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto. (2010). *Produser Penelitian: Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta
- Atmoko, Bambang Dwi. (2012). *Instagram Handbook*. Jakarta: Media Kita.
- Baroroh, Ali.(2013). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi. Edisi Tujuh Semarang*: Badan Penerbit UNDIP.
- Blanchard, Olivier. 2011. *Social Media ROI (diterjemahkan oleh Sartika Kurniali dan Lanny Natalia)*. PT Elex Media Komputindo.
- Darmawan, Deni.(2013). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosolakarya
- Etta mama v sangadji & sopiah. (2013). *Perilaku kosnumen pendekatan praktis*, Yogyakarta: CV andi offset.
- Ghozali, Imam. (2011). *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 19*. Semarang : badan peneliti Universitas Diponegoro
- Kertamukti, Rama.(2015). *Strategi Kreatif dalam Periklanan (Konsep Pesan, Branding , Anggaran)*, Jakarta: PT Raja Grafindo
- Kotler dan Keller.(2009). *Manajemen Pemasaran*. Jilid I. Edisi ke 13 Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane. (2012). *Marketing manajemen (14th edition)*, New Jersey : Pearson Education, Inc
- Lee, Monle & Johnson, Carla.(2011). *Prinsip-Prinsip Pokok Periklanan Dalam Perspektif Global*. Jakarta: Kencana.
- Morissan.(2010). *Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Kencana Prenadamedia Group.
- Morissan.(2014). *Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Kencana Prenadamedia Group.
- Nasrullah, Rulli.(2015). *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Nazir, Moh.(2014). *Metode Penelitian*, Bogor: Ghalia Indonesia.
- Quail, Mc.(2005). *Teori Komunikasi Massa*. Jakarta: Salemba Humanika.

- Riduwan.(2012). *Belajar Mudah Penelitian Untuk Guru-Karyawan Dan Peneliti Pemula*. (Cetakan ke-8). Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Riduwan.(2009). *Aplikasi Statistika Dan Metode Penelitian Untuk Administrasi Dan Manajemen*. Bandung: Dewa Ruci. Salemba Humanika.
- \_\_\_\_\_. (2010). *Metode dan teknik menyusun Tesis*. Bandung: Alfabeta
- Santoso, S.(2018). *Mahir Statistik Multivariat dengan SPSS* . Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Santoso, Singgih. 2017. *Menguasai Statistik Dengan SPSS 24*. Jakarta: PT Alex Media Komputindo.
- Schiffman, L. Dan L.L Kanuk. (2008). *Perilaku Konsumen*. Edisi ke tujuh. Jakarta: PT Indeks
- Shimp, Terence A.(2007).*Periklanan Promosi (Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu)*. Jilid I. Jakarta: Erlangga
- . \_\_\_\_\_ .(2014). *Komunikasi Pemasaran Terpadu dalam Periklanan dan Promosi*. Jakarta: Salemba Empat
- Siregar, Sofiyan.(2013). *Metode Penelitian Kuantitatif: Dilengkapi Perbandingan Perhitungan Manual & SPSS*. Edisi Pertama. Jakarta: Kencana Prenada Media Group
- Sudaryono.(2017). *Metode penelitian*, Jakarta: Rajawali Pers
- Sulianta, Feri. (2015). *Keajaiban Media Sosial*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung: Alfabeta
- \_\_\_\_\_. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung Alfabeta
- \_\_\_\_\_. (2017). *Statistika untuk Penelitian*. Bandung Alfabeta
- Sujarweni, Wiratna, dan Endrayanto, Poly (2012). *Statiska untuk penelitian*. Yogyakarta : Graha Ilmu.
- \_\_\_\_\_,Wiratna. (2015). *Metode Penelitian Bisnis dan Ekonomi*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press
- Sumarwan, Ujang.(2014). *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Vera, Nawiroh.(2016). *Komunikasi Massa*. Bogor: Penerbit Ghalia Indonesia.
- Vivian, John.(2008). *Teori Komunikasi Massa, edisi Kedelapan (The Media of Mass Communication, 8th edition)*. Terjemahan Tri Wibowo B.S Jakarta: Kencana Prenada Media Group.

### **Skripsi:**

Utami, Desi Nurul.(2018). *Pengaruh Pesan Iklan Clean & Clear Versi 1000 Suku Indonesia, Warna Kulit Berbeda di Youtube Terhadap Respon Kognitif Khalayak*. Bandung: Universitas Telkom

Rochman, Lidia. (2018). *Pengaruh Celebrity Endorsement Pada Instagram Terhadap Minat Beli Produk Mode Lokal* [Skripsi]. Bandung: Universitas Telkom

Ramdhani, Irvan. (2008). *Pengaruh Selebriti Endorsement Terhadap Brand Image Pada 347 Boardrider.co* [Skripsi]. Bandung: Universitas Widyatama

Nurwendi, Dinding. (2011). *Analisis Pengaruh Selebritis Endorser (Celebrity Endorser) Terhadap Citra Merek (Brand Image) Produk Sabun Pencuci Pakaian Bubuk Merek Daia di Surabaya* [Skripsi]. Surabaya: Universitas Pembangunan Nasional

Mahardika, Evania Mega. (20). *Sikap Khalayak Dalam Menonton Iklan Pop-up di Situs Youtube* [Skripsi]. Yogyakarta: Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga

#### **Jurnal:**

Isma, Fajaria Wardani.(2018). *Analisis Faktor-Faktor Dominan yang Memengaruhi Disiplin Kerja Karyawan di KUD Minatani Brondong-Lamongan*.Openlibrary.telkomuniversity

Wahyudi, Isnaini.(2015). *Analisis faktor dominan celebrity endorsement yang membentuk brand image garnier facial wash fruit energy*.Openlibrary.telkomuniversity

Azhar, M Hanafiah. (2018). *Analisis Faktor-Faktor Preferensi Konsumen (Studi Pada Armor Kopi Bandung)*.Openlibrary.telkomuniversity

#### **Internet:**

[databoks.co.id/data-pengguna-internet-diindonesia](http://databoks.co.id/data-pengguna-internet-diindonesia), diakses pada 30 Agustus 2018, pukul 20:53

[databoks.co.id/persentase-pengguna-internet-diindonesia](http://databoks.co.id/persentase-pengguna-internet-diindonesia), diakses pada 30 Agustus 2018, pukul 21:13

[eventsurabaya.net](http://eventsurabaya.net), diakses pada 14 September 2018, pukul 21:00

[harpersbazaar.co.id](http://harpersbazaar.co.id), diakses pada 13 September 2018, pukul 10:29

<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2018/02/23/usia-produktif-mendominasi-pengguna-internet>, diakses pada 14 September 2018, pukul 23:24

<https://m.cnnindonesia.com/fakta-pengguna-instagram-diindonesia>, diakses pada 11 September 2018, pukul 13:00

<https://m.liputan6.com/amp/3442255/kenalan-dengan-abel-cantika-beauty-blogger-nominator-xyz-day>, diakses pada 2 September 2018, pukul 18:55

<https://www.google.co.id/amp/s/m.kapanlagi.com/amp/showbiz/selebri/nominee-abel-cantika-beauty-vlogger-hits-yang-selalu-cantik-38-flawless-647db3.html>, diakses pada 2 September 2018, pukul 20:24

<http://www.indonesiaeconomicforum.com/article/infographic/most-active-socialmediaplatform-in-indonesia-1>, diakses pada 11 September 2018, pukul 10:29

[pixy.co.id](http://pixy.co.id), diakses pada 14 September, pukul 22:19

[www.instagram.com/abellyc](http://www.instagram.com/abellyc), diakses pada 2 september 2018, pukul 20:24

[www.instagram.com/abellyc](http://www.instagram.com/abellyc), diakses pada 13 september 2018, pukul 10:35

[www.instagram.com/abellyc](http://www.instagram.com/abellyc), diakses pada 9 Januari 2019, pukul 12:28

[www.instagram.com/abellyc](http://www.instagram.com/abellyc), diakses pada 22 Februari 2019, pukul 08:41