

DAFTAR PUSTAKA

Sumber Buku:

- Aaker, D. (2000). *Managing Brand Equity: Capitalizing On The Value Of a Brand Name*. New York: Free Press.
- Arifin, J. (2017). *SPSS 24 Untuk Penelitian dan Skripsi*. Elex Media Komputindo.
- Arnold, R. (2001). *Fashion, Desire, and Anxiety: Image and Morality in the 20th Century*. New York: I. B. Tauris.
- Blench, G., & Blench, M. (2009). *Advertising and Promotion (an integrated marketing communications prespective)*. New York: McGraw-Hill Irwan.
- Bungin, B. (2010). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Kencana.
- Clow, K., & Baack, D. (2010). *Integrated Advertising, Promotion, and Marketing Communication, 4th edition*. New Jersey: Pearson Education.
- Durianto, D., Sugiarto, & Toni, S. (2001). *Strategi Menaklukan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Ghozali, I. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hartono. (2008). *SPSS 16 Analisis Data Statistika dan Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Kertamukti, R. (2015). *Stratgei Kreatif dalam Periklanan Konsep Pesan, Media, Branding, Anggaran*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Kotler, P. (2003). *Manajemen Pemasaran, Jilid Kedua, Edisi Kesebelas*. Jakarta: Indeks Group Gramedia.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (1997). *Dasar-Dasar Pemasaran*. Jakarta: Prenhallindo.
- Kotler, P., & Keller, K. (2013). *Manajemen Pemasaran, Jilid Kedua*. Jakarta: Erlangga.

- Moriarty, Sandra, Nancy, M., & Williams, W. (2009). *Advertising: Principles & Practice, 8th Edition*. New Jersey: Pearson Education.
- Potter, R., Rainer, R., & Turban, E. (2005). *Introduce to Information Technology*. New Jersey: John Wiley & Sons.
- Prastowo, A. (2010). *Menguasai Teknik-Teknik Koleksi Data Penelitian Kualitatif*. Yogyakarta: Diva Press.
- Priyatno, D. (2013). *Analisis, Korelasi, Regresi dan Multivariate Dengan SPSS*. Gaya Media.
- Priyatno, D. (2018). *SPSS Panduan Mudah Olah Data Bagi Mahasiswa dan Umum*. Yogyakarta: ANDI.
- Puspita, R. (2017). *Cara Laris Jualan Kuliner via Media Sosial*. Laksana.
- Rangkuti, F. (2009). *Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus Integrated Marketing Communication*. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Saladin, D. (2003). *Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, Pelaksanaan, dan Pengendalian. Edisi Kedua*. Bandung: CV. Linda Karya.
- Shimp, T. (2003). *Periklanan Promosi Aspek Tambahan, Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Erlangga.
- Shimp, T. (2010). *Integrated Marketing Communication in Advertising and Promotion (internationa edition 8e)*. China: Cengage South-Western.
- Siregar, I. M. (2013). *Statistik Parametrik untuk Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: PT. Bumi Aksara.
- Stanton, W. (2001). *Prinsip-prinsip Pemasaran. Jilid Ketujuh*. Jakarta: Erlangga.
- Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Manajemen*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabet.

- Sugiyono, P. (2003). *Metode Penelitian R&D dan Penelitian Pendidikan*. ALFABETA.
- Surachman, S. (2008). *Dasar-Dasar Manajemen Merek (Alat Pemasaran untuk Memenangkan Persaingan)*. Malang: Bayumedia Publishing.
- Suryani, T. (2008). *Periklanan Konsumen Implikasi pada Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Sutisna. (2001). *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Taniredja, T., & Mustafidah, H. (2011). *Penelitian Kuantitatif (Sebuah Pengantar)*. Bandung: Alfabeta.
- Umar, H. (2008). *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.

Sumber Jurnal:

- Bagozzi, R. (1975). "Marketing as Exchange". *Journal of Marketing*. Vol. 39 (October), pp., 32-39.
- Cresswell, J. (2009). *Research Design Qualitative, Quantitative, and Mixed Method Approaches*. In SAGE (Vol.3).
- Goenawan , F. (2007). Media, Teknologi Dan Masyarakat Gender & Website. . *Scriptura*, 1(2).
- Herdana, A. (2015). Analisis Pengaruh Kesadaran Merek (Brand Awareness) Pada Produk Asuransi Jiwa Prudential Life Assurance (Studi Pada Pru Passion Agency Jakarta). *Jurnal Riset Bisnis dan Manajemen Vol.3, No.1*, 1-18.
- Kahle, L., & Homer, P. (1985). Physical attractiveness of the celebrity endorser: A social adaptation perspective. *Journal of consumer research* 11(4), 954-961.
- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). User of the world, unite! The challengers and opportunities of Social Media. *Business horizons*, 53(1), 59-68.

- Lubis, I. B. (2016). Pengaruh Citra Merek, Media Iklan Instagram, dan Persepsi Kualitas Terhadap Keputusan Pembelian Produk Vans (Studi Kasus Pada 80 Followers Twitter @VHeadID). *Jurnal Manajemen Bisnis Indonesia (JMBI) Vol.5 No.4*.
- Sibagariang, S., & Nursanti, T. (2010). Pengaruh Brand Image dan Brand Trust terhadap Brand Loyalty pada PT Bank Sinarmas. . *The Winners, 11(2)*, 118-129.
- Sintani, L. (2016). Pengaruh Penggunaan Celebrity Endorser Isyana Sarasvati Dalam Iklan “Isyana vs Gangster” Terhadap Brand Awareness Masyarakat Surabaya. *Jurnal E-Komunikasi, 4(1)*.
- Sitanggang, A. (2020). Androgini: Popularitas dan Eksistensi Bagi Remaja di Era Digital. *Jurnal Spektrum Komunikasi, 8(1)*, 30-34.
- Spry, A., Pappu, R., & Cornwell, T. (2011). Celebrity endorsement, brand credibility and brand equity. *European Journal of Marketing*.
- Sridevi, J. (2012). Effectiveness of celebrity endorsement in brand recall and brand recognition. *Zenith International Journal of Business Economics & Management Research, 2(5)*, 203-209.
- Utomo, I. (2017). Pengaruh Brand Image, Brand Awareness, dan Brand Trust Terhadap Brand Loyalty Pelanggan Online Shopping (Studi Kasus Karyawan di BSI Pemuda). *Jurnal Komunikasi, 8(1)*.
- Zahra, R., & Rina, N. (2018). Pengaruh Celebrity Endorser Hamidah Rachmayanti Terhadap Keputusan Pembelian Produk Online Shop Mayoufit di Kota Bandung. *Jurnal Lontar Vol. 6(1)*, 43-55.
- Zohra, S. (2013). Impact of Celebrity Brand Endorsement on Brand Image and Product Purchases-A Study for Pune Region of India. *International Journal of Research in Business Management, 1(6)*: h: 37-42.

Sumber Internet:

- Dahono, Y. (2019, September 27). *MBV dan Kulo Group Garap Minuman Segar Boba*. Retrieved from www.beritasatu.com:

<https://www.beritasatu.com/ekonomi/577099/mbv-dan-kulo-group-garap-minuman-segar-boba>

Hariyanto. (2020, Februari 05). *Gandeng Jovi Adhiguna, Boba Street Hadirkan Konsep Store yang Berbeda di Gerai Kedua*. Retrieved from industry.co.id: <https://www.industry.co.id/read/60300/gandeng-jovi-adhiguna-boba-street-hadirkan-konsep-store-yang-berbeda-di-gerai-kedua>

Kemp, S. (2020, January 30). *Digital 2020: 3.8 BILLION PEOPLE USE SOCIAL MEDIA*. Retrieved from Wearesocial.com: <https://wearesocial.com/blog/2020/01/digital-2020-3-8-billion-people-use-social-media>

Mayasari, A. (2018, September 30). *Jovi Adhiguna Bagi Tips Jadi Vlogger Sukses*. Retrieved from Detik.com: <https://wolipop.detik.com/makeup-and-skincare/d-4235597/jovi-adhiguna-bagi-tips-jadi-vlogger-sukses>

Olavia, L. (2020, Januari 31). *Nikmat Grup Targetkan 200 Outlet Street Boba*. Retrieved from BeritaSatu.com: <https://www.beritasatu.com/feri-awan-hidayat/ekonomi/598077/nikmat-grup-targetkan-200-outlet-street-boba>

Pamujiningtyas, K. (2019, Juli 6). *Cerita Boba, Bubble Drink yang Digandrungi Anak Muda*. Retrieved from Kumparan: <https://kumparan.com/kumparanfood/cerita-boba-bubble-drink-yang-digandrungi-anak-muda-1rPinRkuKoA/full>

Triwijnarko, R. (2019). *Lima Fitur Instagram untuk Tingkatkan Strategi Marketing Anda*. Retrieved from Marketeers.com: <https://marketeers.com/lima-fitur-instagram-untuk-tingkatkan-strategi-marketing-anda/>

Widianingtyas, H. (2020, Februari 13). *OCBC NISP Pamerkan Koleksi #BeraniCuan dari Danjyo Hiyoji dan Amot Syamsuri Muda*. Retrieved from Kumparan.com: <https://kumparan.com/millennial/ocbc-nisp-pamerkan-koleksi-beranicuan-dari-danjyo-hiyoji-dan-amot-syamsuri-muda-1spesgo4jUo/full>