

## DAFTAR PUSTAKA

- Engel, J.F, Blackwell, R.D & Miniard, P.W. (1995). *Perilaku Konsumen Terjemahan Jilid Satu*. Jakarta: Bina Rupa Aksara.
- Griffin, J. (2005). *Customer Loyalty Edisi Revisi*. Jakarta: Erlangga.
- Kasali, R. (1995). *Manajemen Periklanan – Konsep dan Aplikasinya di Indonesia*. Jakarta: Pustaka Utama Grafiti.
- Kasiram, M. (2008). *Metode Penelitian Kuantitatif-Kualitatif*. Malang: UIN Malang Press.
- Kotler, P. (2002). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P. & Armstrong, G. (2012). *Principles of Marketing*. New Jersey: Prentice Hall.
- Kriyantono, R., & Sos, S. (2014). *Teknik praktis riset komunikasi*. Prenada Media.
- Morissan. (2012). *Metode Penelitian Survey*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Schiffman, L.G. & Kanuk, L. L. (2007). *Customer Behavior (9th ed.)*. New Jersey: Prentice Hall.
- Sekaran, U. (2011). *Research Methods For Business (Metode Penelitian Untuk Bisnis)*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sujarweni, V. W. (2014). *Metode Penelitian: Lengkap, Praktis, dan Mudah Dipahami*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Sugiyono. (2008). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung Alfabeta.
- Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2013). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: CV Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: CV Alfabeta.

Ismi Nurhayati, 2021

**PENGARUH KREDIBILITAS CELEBRITY ENDORSER BTS DALAM IKLAN TOKOPEDIA TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN (SURVEI PADA FOLLOWERS AKUN INSTAGRAM TOKOPEDIA)**

UPN Veteran Jakarta, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Ilmu Komunikasi

[[www.upnvj.ac.id](http://www.upnvj.ac.id) – [www.library.upnvj.ac.id](http://www.library.upnvj.ac.id) – [www.repository.upnvj.ac.id](http://www.repository.upnvj.ac.id)]

**Jurnal:**

- Alatas, Said Lutfhi & Tabrani, Mirza. (2018). *Pengaruh Celebriti Endorser Terhadap Purchase Intention melalui Brand Credibility*. Banda Aceh: Jurnal Manajemen dan Inovasi, Vol. 9, No. 1.
- Cholifah, Nike, Suharyono & Hidayat, Kadarisman. (2016). *Pengaruh Celebrity Endorser Terhadap Brand Image (Survei pada Konsumen Kosmetik Wardah di Counter Wardah Kota Malang)*. Malang: Jurnal Administrasi Bisnis, Vol.26, No.1.
- Feiz, R. S., Yulianto, E. & Sunarti. (2018). *Pengaruh Celebrity Endorser JKT 48 Terhadap Brand Awareness Pada Iklan Sepeda Motor Honda Beat*. Malang: Jurnal Administrasi Bisnis, Vol. 65, No. 1.
- Harumi, Sasha Dwi. (2016). *Pengaruh Kepercayaan dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan di Perusahaan Seiko Laundry Medan*. Medan: Jurnal Analitika, Vol. 8, No. 2.
- Hermawan, Yongki & Prof. Dr. Hatane Semuel, S.E., M.S. (2017). *Analisa Pengaruh Celebrity Endorsement Lee Min Ho dalam Iklan Luwak White Koffie Terhadap Brand Image dan Repurchase Intention*. International Journal of Research in IT, Management and Engineering, 5(4), page 1–31.
- Marhaeni, Dian. (2019). *Representasi Anak-anak dalam Tayangan Iklan Komersial di Media*. Semarang: Jurnal Ilmiah Komunikasi ‘Makna’, Vol. 1, No. 1.
- Pakpahan, Eryck S.B. (2017). *Pengaruh Kredibilitas Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian dan Kepuasan Konsumen You-C 1000 Vitamin C di Kota Pekanbaru*. Pekanbaru: JOM Fekon, Vol. 4, No.1.
- Soleman, C.C.O, Sondakh, Mariam & Londa, Jefry W. (2015). *Pengaruh Endorser Dian Sastro Iklan Zwitsal Terhadap Pembelian Produk Pada Toko Swalayan di Kota Manado*. Manado: E-Journal "Acta Diurna", Vol.4, No.3.
- Sugiharto, Shiya Azi & Ramadhana, Maulana Rezi. (2018). *Pengaruh Kredibilitas Influencer Terhadap Sikap Pada Merek (Studi Pada*

Ismi Nurhayati, 2021

**PENGARUH KREDIBILITAS CELEBRITY ENDORSER BTS DALAM IKLAN TOKOPEDIA TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN (SURVEI PADA FOLLOWERS AKUN INSTAGRAM TOKOPEDIA)**

UPN Veteran Jakarta, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Ilmu Komunikasi

[www.upnvj.ac.id – www.library.upnvj.ac.id – www.repository.upnvj.ac.id]

*Mahasiswa Fakultas Komunikasi dan Bisnis Universitas Telkom).*  
Bandung: Jurnal Ilmu Politik dan Komunikasi, Vol.8, No.2.

Winata, Andri & Ahlul F, Isnawan. (2017). *Pengaruh Harga dan Kualitas Jasa Terhadap Loyalitas Pelanggan Hotel Emersia di Bandar Lampung.*  
Bandar Lampung: Jurnal Manajemen Magister, Vol. 3, No. 2.

Winoto, Yunus. (2015). *Penerapan Teori Kredibilitas Sumber (Source of Credibility) Dalam Penelitian-Penelitian Layanan Perpustakaan.*  
Bandung: EduLib, Vol. 5, No.2.

### **Skripsi:**

Fidyah, Nurul. (2017). *Efektivitas Iklan Produk Kosmetik Wardah Melalui Media Sosial Instagram.* Skripsi Yogyakarta: Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jakarta.

Heda, Naufal Rakha Saverio. (2017). *Pengaruh Celebrity Endorser dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Sampo.* Skripsi Yogyakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta.

Nuraini, Alfiah. (2015). *Pengaruh Celebrity Endorser dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Citra Merek pada Kosmetik Wardah di Kota Semarang.* Skripsi Semarang: Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang.

Patimah, Annur. (2017). *Pengaruh Celebrity Endorser, Brand Image dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan.* Skripsi Medan: Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.

Putri, Febri Astyanti. (2016). *Pengaruh Kredibilitas Model Iklan Terhadap Niat Beli Konsumen: Studi pada Model Iklan Selebriti Versus Spokesperson.* Skripsi Yogyakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Sari, Astra Rosita. (2018). *Pengaruh Kredibilitas Najwa Shihab Terhadap Keputusan Menonton Acara Mata Najwa di Trans7 (Studi Pada Mahasiswa FISIP Universitas Lampung Angkatan 2016).* Skripsi Lampung: Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung.

### **Web:**

Ismi Nurhayati, 2021

**PENGARUH KREDIBILITAS CELEBRITY ENDORSER BTS DALAM IKLAN TOKOPEDIA TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN (SURVEI PADA FOLLOWERS AKUN INSTAGRAM TOKOPEDIA)**

UPN Veteran Jakarta, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Ilmu Komunikasi

[[www.upnvj.ac.id](http://www.upnvj.ac.id) – [www.library.upnvj.ac.id](http://www.library.upnvj.ac.id) – [www.repository.upnvj.ac.id](http://www.repository.upnvj.ac.id)]

- Efendi. (2019). *Pengertian Marketplace Beserta Fungsi dan Jenis-Jenisnya, Yuk Disimak!*. Diakses pada Tanggal 17 April 2020, dari <https://www.nesabamedia.com/pengertian-marketplace/>.
- Inibaru. (2020). *Tanggapan Tokopedia Terkait Iklan BTS yang Dikaitkan dengan LGBT*. Diakses pada Tanggal 11 Januari 2020, dari <https://www.inibaru.id/hits/tanggapan-tokopedia-terkait-iklan-bts-yang-dikaitkan-dengan-lgbt>.
- Rahardi, Fernan. (2016). *Tokopedia Raih Penghargaan Top 50 Most Valuable Indonesian Brands 2016*. Diakses pada Tanggal 9 April 2020, dari <https://republika.co.id/berita/ekonomi/makro/obsgk7291/tokopedia-raih-penghargaan-top-50-most-valuable-indonesian-brands-2016>.
- Tim, CNN Indonesia. (2020). *Tuduh Iklan BTS Tokopedia Berkonten LGBT, Laksi diserbu ARMY*. Diakses pada Tanggal 31 Mei 2020, dari <https://www.cnnindonesia.com/hiburan/20200110084653-234-464102/tuduh-iklan-bts-tokopedia-berkonten-lgbt-laksi-diserbu-army>.
- Tokopedia. (2014). *Tokopedia dan Chelsea Islan: Bersama Membangun Indonesia Lebih Baik Lewat Internet*. Diakses pada Tanggal 25 Juni 2020, dari <https://www.tokopedia.com/blog/tokopedia-dan-chelsea-islan-bersamamembangun-indonesia-lebih-baik-lewat-internet/>.
- Tokopedia. (2015). *Isyana Sarasvati Bangga Jadi Brand Ambassador Baru Tokopedia*. Diakses pada Tanggal 25 Juni 2020, dari <https://www.tokopedia.com/blog/pressrelease-isyana-sarasvati-bangga-jadi-brand-ambassador-baru-tokopedia/>.
- Tokopedia. (2019). *Tokopedia Umumkan BTS Sebagai Brand Ambassador*. Diakses pada Tanggal 8 April 2020, dari <https://www.tokopedia.com/blog/tokopedia-announces-bts-as-the-companys-brand-ambassador/amp/>.
- Tokopedia. (2019). *Dampak Tokopedia Terhadap Perekonomian Indonesia*. Diakses pada Tanggal 4 Februari 2021, dari <https://www.tokopedia.com/about/>.