

DAFTAR PUSTAKA

BUKU

- Arifin, A. (2003). *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar Ringkas*. Jakarta. PT. Raja Grafindo Persada.
- Arikunto, S. (2010). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Atmoko, B. D. (2012). *Instagram handbook*. Jakarta: Media Kita.
- Chaffey, D & Smith, P. R. (2013). *E-Marketing: Excellence*. United Kingdom: Routledge.
- Cravens, D.W. (2013). *Strategic Marketing*. New York: McGraw-Hill
- Darmawan, D. (2012). *Pendidikan teknologi informasi dan komunikasi: teori dan aplikasi*. PT Remaja Rosdakarya.
- Effendy, O. U. (2003). *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*. Bandung: PT. Citra Aditya Bakti.
- Hadi, Sutrisno. (1991). *Analisis Butir Untuk Instrumen Angket, Tes, dan Skala Nilai*. Yogyakarta: FP UGM
- Iriantara, Y. (2005). *Media Relations: Konsep, Pendekatan, dan Praktik*. Bandung: Simbiosis Rekatama, Media.
- Jerome, J. A., & Drewniany Bonnie, L. (2005). *Creative strategy in advertising*. Thomson Wadsworth, CA, USA.
- Kingsnorth, S. (2016). *Digital marketing Strategy: An Integrated Approach to Online Marketing*. London: KoganPage.
- Komala, L. (2009). *Ilmu Komunikasi: Perspektif, Proses, dan Konteks*. Bandung: Widya Padjadjaran.
- Kotler, P. & Gary, A. (2012). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management (15th global ed.)*. England: Pearson.
- McQuail, D. (2011). *Teori Komunikasi Massa, Edisi 6 Buku 1*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Moriarty, S., Mitchell, N., & Wells, W. (2011). *Advertising edisi kedelapan*. Jakarta: Kencana.
- Nasrullah, R. (2013). *Cyber Media*. Yogyakarta: IDEA Press Yogyakarta.
- Priyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Sidoarjo: Zifatama Publishing.
- Rakhmat, Jalaludin. (2015). *Psikologi komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Riduwan. (2004). *Metode & Teknik Menyusun Tesis*. Bandung: Alfabeta.
- Royan, F. M. (2005). *Marketing Celebrities: Selebriti Dalam Iklan dan Strategi Selebriti Memasarkan Diri Sendiri*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2010). *Consumer Behavior Tenth Edition*. Pearson Education.

- Shimp, T. A. (2000). *Periklanan Promosi Jilid I*. Jakarta: Erlangga.
- Shimp, T. A. (2003). *Periklanan dan Promosi : Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu Jilid 1 Edisi 5*. Jakarta. Erlangga.
- Shimp, T. A. (2010). *Integrated Marketing Communication in Advertising and Promotion/por Terence A Shimp* (No. 658.8 S45.).
- Shimp, T. A. (2014). *Komunikasi Pemasaran Terpadu Dalam Periklanan Dan Promo (edisi 8)*. Jakarta: Penerbit Salemba Empat
- Silaen. (2013). *Metodologi Penelitian Sosial untuk Penelitian Skripsi dan Tesis*. Jakarta: In Media.
- Sugiyono. (2002). *Metode Penelitian Adminstrasi*. Bandung : Alfabeta.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sujianto, A. E. (2009). *Aplikasi statistik dengan SPSS 16.0*. Jakarta: Prestasi Pustaka, 97.
- Suryadi, Didih (2006). *Promosi Efektif Menggugah Minat dan Loyalitas Pelanggan*. Yogyakarta: Tugu Publisher.
- Terence, A. S., & Andrews, J. C. (2013). *Advertising, promotion, and other aspects of integrated marketing communications*.
- Wibisono, Y. (2015). *Metode Statistik*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.

JURNAL

- Amukti, M. Y. (2016). *Analisis Pengaruh Celebrity Endorser Raisa Andriana Dalam Iklan Terhadap Brand Image Produk Sunsilk.(studi pada konsumen sunsilk di kota malang)*. Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB, 3(2).
- Bijen, Y. J. (2017). *# AD: The effects of an influencer, comments and product combination on brand image (Master's thesis, University of Twente)*.
- Bulan, S. I. S., & Sudrajat, R. H. (2019). *Pengaruh Penggunaan Celebrity Endorser Arief Muhammad di Instagram Terhadap Brand Image Erigo Store*. JURNAL SOSIAL POLITIK, 5(2), 322-332.
- Chan, K., Ng, Y. L., & Luk, E. K. (2013). *Impact of celebrity endorsement in advertising on brand image among Chinese adolescents. Young Consumers*.
- Ervina. (2018). *Efektivitas Celebrity Endorsement Sebagai Media Iklan Pada Sosial Media Instagram*. Skripsi (dipublikasikan). Fakultas Dakwah dan Komunikasi Uin Ar-Raniniry: Banda Aceh.

- Gunawan, F. (2015). *Efektivitas Penggunaan Ashraf & BCL Sebagai Celebrity Endorser Dalam Iklan Televisi LINE Let's Get Rich Dengan Menggunakan Model TEARS*. Jurnal e-Komunikasi, 3(2).
- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). *Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media*. Business horizons, 53(1), 59-68.
- Kinantiar, D. A. (2018). *PENGARUH AKUN INSTAGRAM HIPWEE TERHADAP SIKAP FOLLOWERS NYA* (Doctoral dissertation, Stikosa-AWS).
- Purwana, et al. (2017). *Pemanfaatan Digital marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Kelurahan Malaka Sari, Duren Sawit*. Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Madani (JPMM), 1 (1)
- Septama, S. M. P. (2020). *Efektivitas celebrity endorsment di media elektronik terhadap keputusan pembelian Shopee di Kota Malang* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim).
- Setiawaty, M. (2015). *Penggunaan Maudy Koesnaedi Sebagai Celebrity Endorser Dalam Iklan Televisi L'oreal Fall Repair 3x Terhadap Brand Image L'oreal Di Surabaya*. Jurnal e-Komunikasi, 3(1).
- Siagian, E. R. (2019). *Implementasi Bauran Komunikasi Pemasaran Produk Prung Dalam Meningkatkan Minat Beli Konsumen (Studi Deskriptif Tentang Implementasi Bauran Komunikasi Pemasaran UKM Produk Prung Dalam Meningkatkan Minat Beli Konsumen)*. Doctoral dissertation, Universitas Komputer Indonesia.
- Soeprapto, H. (2018). *ANALISA PENGARUH CELEBRITY ENDORSEMENT CREDIBILITY PADA IKLAN POCARI SWEAT TERHADAP BRAND IMAGE DAN ATTITUDE TOWARDS THE BRAND*. Jurnal Strategi Pemasaran, 5(2), 1-6.
- Sugiharto, S. A., Ramadhana, M. R., & Psi, S. (2018). *Pengaruh kredibilitas influencer terhadap sikap pada merek (studi pada mahasiswa Fakultas Komunikasi dan Bisnis Universitas Telkom)*. Jurnal Ilmu Politik dan Komunikasi Volume VIII No.
- Totoatmojo, K. M. (2013). *The Celebrity endorser (Selebgram) Effect Toward Purchase Intention On Instagram Social Media*. 3rd AASIC, 71-78
- Zahar, S. (2018). *Pengaruh Celebrity Endorsement Raisa Dalam Iklan Oppo pada Sikap Konseumen Terhadap Merek dan Minat Beli di Kota Bandung* (Doctoral dissertation, Universitas Kristen Maranatha).

WEBSITE

- Jesica, Kerene. (2018). *7 Gaya Makeup Titan Tyra, Si Beauty Vlogger yang Selalu Tampil Cute*. Diakses pada 31 Maret 2021 melalui <https://www.popbela.com/beauty/makeup/bela2/makeup-titan-tyra/3>
- Kemp, Simon. (2020). *Digital 2021 : Indonesia*. Diakses pada 31 Maret 2021 melalui <https://datareportal.com/reports/digital-2021-indonesia>

- Putri, Lifia Mawaddah. (2020). *Contek 5 Penampilan Cute But Sexy Ala Titan Tyra*. Diakses pada 31 Maret 2021 melalui <https://www.beautynesia.id/berita-fashion/contek-5-penampilan-cute-but-sexy-ala-titan-tyra/b-134865>
- Social Blade. (2021). *Instagram Analitik*. Diakses pada 31 Maret 2021 melalui <https://socialblade.com/instagram/user/titan%20tyra>
- Social Blade. (2021). *Youtube Analitik*. Diakses pada 31 Maret 2021 melalui <https://socialblade.com/youtube/user/apparentlyokay/monthly>
- Uplfluence.com. (2021). *Instagram Analitik*. Diakses pada 31 Maret 2021 melalui <https://www.upfluence.com/influencer-search>
- Variella F, Aisha. (2020). *7 Fakta Titan Tyra, Selebgram Beauty Memukau yang Juga Pengusaha!*. Diakses pada 31 Maret 2021 melalui <https://www.idntimes.com/hype/entertainment/aisha-variella-f/7-fakta-titan-tyra-selebgram-pengusaha-c1c2>
- Wima, Pinka. (2018). *Style Manis ala Titan Tyra, Cocok Banget Buat Cewek Mungil!*. Diakses pada 31 Maret 2021 melalui <https://www.idntimes.com/life/women/pinka-wima/style-titan-tyra/2>