

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D.A. (2013). *Manajemen pemasaran strategis*, Jakarta: Salemba Empat
- Abdillah, W. & Jogiyanto (2015). *Partial Least Square (PLS) Alternatif Structural Equation Model (SEM) dalam Penelitian Bisnis*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Abdullah, T. & (2013). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Akinyi, R. (2017). The Influence of Celebrity Endorsement on Consumer Purchasing Decisions of Fast Moving Consumer Goods Among Low and Middle Class in Nairobi Country, Kenya. *Kenya International Journal of Nairobi University*.
- Alma, B. (2016). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Jakarta: Alfabeta.
- Armstrong, J. S (2010). *Persuasive Advertising*. New York : Palgrave Macmillan.
- Darmadi, D. (2004) *Strategi Menaklukan Pasar*, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama
- Erigostore. (2019, April Senin, 15). www.instagram.com/erigostore.
- Ferdinand. (2011). *Metode Penelitian Manajemen*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2014). *Metode Alternatif dengan Partial Least Square (PLS)*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Gunawan, A (2015). Pengaruh Celebrity Endorsement terhadap Congruency dengan Brand Personality dan Brand Positioning sebagai Variabel Intervening pada Produk Sepatu Olahraga Nike Kobe Series. *Jurnal Manajemen Pemasaran Universitas Kristen Petra*.
- Munandar, C. (2016) *Pengaruh Harga, Celebrity Endorser, Kepercayaan, dan Psikologi Terhadap Keputusan Pembelian Online Shop Di Media Sosial Instagram*. Vol, 5. No, 2.
- Herdiani, R. (2016). Pengaruh Celebrity Endorser, Citra Merek Rabbani terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (studi kasus pada Rabbani Tasikmalaya). *E-Journal Manajemen UNUD Vol.5 No.3*.

Hunter, E. (2009). *Celebrity Entrepreneurship and Celebrity Endorsement*. Jonkoping: Jonkong International Bussiness School.

<https://pewarta-indonesia.com/berita/ekonomi/19015-tembus-omset-penjualan-22-miliar-lebih-erigo-akan-tingkatkan-penjualan-melalui-online.html>

<https://bloggerborneo.com/daftar-pengguna-internet-di-indonesia-tahun-2015/>

<https://www.merdeka.com/teknologi/bos-erigo-sebut-kontribusi-penjualan-online-sudah-50-persen.html>

Kertamukti, R. (2015). *Strategi Kreatif dalam Periklanan*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.

Kotler, P. & Keller, K.L. (2016). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.

Panji, P. (2015) *Analisis Pengaruh Efektifitas Iklan Dan WOM Terhadap Brand Awareness, Dan Nilai Pelanggan Serta Dampaknya Terhadap Minat Beli Hand And Body Lotion Marina Vol, 4. No,3.*

Rahma, N. (2015) *Pengaruh WOM Terhadap Minat Beli Serta Dampaknya Pada Keputusan Pembelian (Survei Pada Konsumen Republica Cafe Malang Jalan Mt. Haryono) Vol, 22. No, 2.*

Sarjono, H. & Julianita (2011). *SPSS VS LISREL*. Jakarta: Salemba Empat.

Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung: Alfabeta.

Susy, R. (2012) *Analisis dan Endorser Terhadap Pembentukan Brand Awareness Serta Dampaknya Pada Keputusan Pembelian Produk Kecap Manis ABC Vol. 1, No, 1.*

Timotius, K. (2017). *Pengantar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Andi (Anggota IKAPI)

Wirania, S. (2016) *Branding Memahami dan Merancang Strategi Merek*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya Offset

Yunita. (2012) *Pengaruh Word of Mouth, Iklan dan Atribut Produk terhadap Keputusan Pembelian dan Loyalitas Konsumen. Vol, 11. No, 1.*