

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, T., and Tantri, F. (2012). *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Adiati Hardjanti dan Hari Siswanto, dkk (2014). *Pengaruh Dimensi Endorser Credibility dan Brand Credibility Terhadap Dimensi Cosumer-Based Brand Equity*, Journal Ilmiah Widya, Volume 2, Nomor 3
- Aria Putra Munggaran, Elvira Aziz, SE.,M, dkk (2015)., Pengaruh Endorser Credibility Terhadap Minat Beli Konsumen. Journal e-Proceeding of Managemen, Volume 2, Nomor 3
- Ashfaq, H. (2015). *Factors Leading to Brand Switching in Cellular Phones: A Case of Pakistan*, Journal of Marketing and Consumer Research, Volume 17, hlm. 32-41.
- Assauri, S. (2010). *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: Rajawali Pers.
- Benyamin Molan (2007: 244), *Definisi Periklanan*
- Bibi, dkk. (2015). *Factor Affecting U.A.E Consumer's Attitude towards Brand Switching: A Comparative Investigation of Blackberry & Android Phone*, Journal of Marketing and Consumer Research, Volume 15, hlm. 141-153.
- Ferdinand, A. (2014). *Metode Penelitian Manajemen*, Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Frans M. Royan (2005). *Marketing Celebrity*, Jakarta: Gramedia.
- Ghozali. (2014). *Structural Equation Modeling Metode Alternatif Dengan Partial Least Square (PLS) Edisi 4*, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariete dengan Program IBM SPSS 23*, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariete dengan Program IBM SPSS 23*, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hasan Ali (2003:1) *Pemasaran Marketing*
<http://www.landasanteori.com>pemasaran>
- Hasan, A. (2013). *Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan*, Yogyakarta: CAPS (Center for Academic Publishing Service).

- Hasan, A. (2013). *Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan*, Yogyakarta: CAPS (Center for Academic Publishing Service).
- Jaiz, M. (2014). *Dasar-Dasar Periklanan*, Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Kotler, A., and Gary Amstrong. (2012). *Principles of Marketing*, New Jersey: Pearson Prentice Hall, Inc.
- Kotler, P., and Keller, K.L. (2009). *Manajemen Pemasaran edisi 13 jilid 2*, Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., and Keller, K.L. (2009). *Manajemen Pemasaran edisi 13 jilid 1*, Jakarta: Erlangga.
- Kotler, A., and Gary Amstrong. (2012). *Principles of Marketing*, New Jersey: Pearson Prentice Hall, Inc.
- Munandar Chadafi, dkk (2016). *Pengaruh Harga, Celebrity endorser , Kepercayaan, dan Psikologi Terhadap Keputusan Pembelian Online Shop Di Media Sosial Instagram*. *Journal Visioner & Strategis*, Volume 5, Nomor 2
- Morissan. (2010). *Periklanan: Komunikasi Pemasaran Terpadu Edisi Pertama*, Jakarta: Kencana.
- Noor, J. (2014). *Analisis Data Penelitian Ekonomi & Manajemen*, Jakarta: PT. Gramedia.
- Pelaku bisnis yang menggunakan media sosial dalam komunikasi pemasaran* (2017). Diakses 20 September 2017, dari <http://www.techinasia.com>
- Pengguna aktif media sosial di Dunia* (2017), dari <http://www.apjii.or.id>
- Peter, P., and Olson, C. (2014). *Perilaku Konsumen & Strategi Pemasaran edisi 9 buku 2*, Jakarta: Salemba Empat.
- Puthud Widanarko, Suharyono, Zainal Arifin, dkk (2016). *Pengaruh Celebrity endorser Terhadap Citra Merek dan Dampaknya Pada Keputusan Pembelian*, *Journal Administrasi Bisnis*, Volume 34, Nomor 1
- Roby Jatmiko, dkk (2003). *Pengaruh Celebrity endorser terhadap minat beli konsumen*, *Journal Ilmu Manajemen dan Akutansi Terapan (JIMAT)*, Volume 4, Nomor 1
- Sarjono, H., and Julianita, W. (2011 :6). *Sebuah Pengantar, Aplikasi untuk Riset*, Jakarta: Salemba Empat.

- Sarjono & Julianita (2003:35). *Analisis Data Penelitian Uji Validitas & Rehabilitas*.
- Sertoglu et. Al (2014), *Model Penelitian & Pengertian Celebrity endorser* , Adaptasi Journal Sertoglu et. Al.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Manajemen*, Bandung: Alfabeta.
- Sumarwan, U. (2011). *Perilaku Konsumen edisi kedua*, Bogor: Ghalia Indonesia.
- Sumarwan, U. (2015). *Pemasaran Strategik: Perspektif Perilaku Konsumen dan Marketing Plan*, Bogor: IPB Press.
- Sunyoto, D. (2013). *Teori, Kuesioner & Analisis Data Untuk Pemasaran Dan Perilaku Konsumen*, Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Sutisna, SE.ME., *Perilaku Konsumen & Komunikasi Pemasaran*, Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Soliha (2015). *Pesngertian Mahasiswa*, Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Tarane A Shimp (2003:460). *Celebrity endorser*
- Taylor Nelsom Sofres (20017), Survey Pengguna instagram per bulan di Indonesia, Diakses 27 Februari 2017, dari <http://id.techiasia.com>