

DAFTAR PUSTAKA

- Anita Tantri Wibowo (2016) “*Pengaruh Endorser Pada Media Sosial Instagram Terhadap Perilaku Pembelian Konsumen*” Jurnal Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Atma Jaya Yogyakarta Vol. 3. No. 1) (Akses : 10 April 2018)
- A, Shimp, Terence (2003). *Periklanan Promosi & Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran.Terpadu*, Jilid I (edisi 5), Jakarta: Erlangga.
- A, Shimp, Terence, (2007) *Periklanan Promosi (Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu)*. Jilid I, edisi Terjemahan. Jakarta : Erlangga.
- Bungin, B. (2005). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Kencana.
- Camara, L. (2017). *4 Cara Mendapatkan Uang dari Instagram*. Jakarta: Lananta Camara Digital Corps.
- Dadan Abdul Aziz, (2016) “*Pengaruh Celebrity Endorsement Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi pada Konsumen Mahasiswa Kelas Reguler Sore STIE INABA Bandung)*” Jurnal Indonesia Membangun VOL. 3, NO. 1.) (Akses : 15 April 2018)
- Darmansyah, Muhartini Salim, dan Syamsul Bachri. (2014) “*Pengaruh Celebrity Endorser terhadap Keputusan Pembelian Produk di Indonesia (Penelitian Online)*” jurnal aplikasi manajemen vol.12, no.2) (Akses : 15 April 2018)
- Dita Olivia Nurhayati Rachmat dkk (2016) “*Pengaruh Celebrity Endorser di Media Sosial Instagram dalam Promosi Produk Hijab terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Kasus pada Akun Instagram @zahratuljannah dan @joyagh)*” jurnal Prodi Manajemen Bisnis Telekomunikasi dan Informatika, Vol.3, No.3) (Akses : 8 April 2018)
- Engel. James.F.Roger. D.Black Well And Paul.W.Miniard. (1995). *Perilaku Konsumen*. Jakarta : Bina Rupa Aksara.
- Kotler & Ketller.(2009). *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1. Edisi ke 13. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip. (2008). *Manajemen Pemasaran*. Jilid 2. Edisi ke 12. Jakarta: Indeks.
- Kotler, Philip and Gary Armstrong. 2012. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jilid 1 Edisi 12. Terjemahan Bob Sabran. Jakarta: Erlangga.

- Mazzini Muda dkk (2014) “*Celebrity Entrepreneur Endorsement and Advertising Effectiveness*” Jurnal Procedia - Social and Behavioral Sciences Vol. 130.
- Pratama Lutfi Angga dan Wijayangka Candra (2015) “*Pengaruh Celebrity Endorser (Ariel Noah) Terhadap Citra Merek Greenlight Clothing*” jurnal Prodi Administrasi Bisnis Fakultas Komunikasi dan Bisnis, Universitas Telkom Vol.31, No.1) (Akses : 8 April 2018)
- Rosita dkk (2014) “*An Evaluation of Malaysian Female Consumers' Attitude Scale towards Buying Fashion Branded Goods*” Jurnal Procedia - Social and Behavioral Sciences Vol.130
- Royan, F. M. (2004). *Marketing Celebrities*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- S. A. Surachman. (2008). *Dasar-Dasar Manajemen Merek*. Malang : Bayumedia Publishing.
- Setiadi, J. Nugroho (2003). *Perilaku Konsumen: Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*. Jakarta: Prenada Media
- Soemantri, A. (2006). *Statistika dalam Penelitian*. Bandung: Pustaka Setia.
- S Sugiono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung : Alfabeta
- Alfabetaoemantri, A. (2006). *Statistika dalam Penelitian*. Bandung: Pustaka Setia.
- Sugiyama, K., & Andree, T. (2010). *The Dentsu Way*. New York: Mc Graw Hill.
- Sutisna. (2001). *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya.
- Sugiyono. (2006). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Tribunnews.com “*ZOYA Raih Penghargaan Top Brand Award 2016*”, <http://www.tribunnews.com/lifestyle/2016/08/02/zoya-raih-penghargaan-top-brand-award-2016>.