

DAFTAR PUSTAKA

- A Shimp, Terence. 2010. *Advertising Promotion and Other Aspects of Integrated Marketing Communication*.
- A Shimp, Terence. 2009. *Periklanan dan Promosi*. Jakarta: Erlangga.
- Aini, Maulida. 2020. *Efektivitas Selebriti dalam Menarik Minat Konsumen Pada Iklan Shopee*. Jurnal Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Albanjari Banjarmasin.
- Arikunto, Suharsimi. 2010. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Arikunto, Suharsimi. 2010. *Prosedur Penelitian*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Budi Utami, Pratiwi. 2014. *Strategi Komunikasi Pemasaran Melalui Endorsement Pada Online Shop di Indonesia*, Tesis Universitas Negeri Sultan Ageng Tirtayasa.
- Bungin, Burhan. 2007. *Penelitian Kualitatif: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan, dan Ilmu Sosial*. Jakarta: Kencana.
- Durianto, Darmadi. 2004. *Analisis Efektivita Iklan Televisi "Softener Soft & Fresh di Jakarta dan Sekitarnya Menggunakan Consumer Decision Model*. Jurnal Ekonomi Perusahaan.
- Fitrah, Muh dan Lutfiyah. 2018. *Metodelogi Penelitian Kualitatif, Tindakan Kelas, Study Kasus*. Sukabumi: CV Jejak.
- Haelein & Kaplan. 2010. *User Of The World, Unite! The Challenges and Opportunities Of Social Media*. Bussiness Horizon.
- Hardilawati, Wan Laura dkk. 2019. *Endorsement: Media Pemasaran Masa Kini*. Riau: Universitas Muhammadiyah Riau.
- Hartini, Sari. 2016. *Efektifitas Endorsement Pada Media Sosial Instagram Pada Produk Skin Care*. Bina Insani ICT Jurnal.
- Herman, Asep. 2007. *Web Design Theory and Practices*. Yogyakarta: Andi
- Hootsuite dan We Are Social*. 24 November 2021. <https://datareportal.com/reports/digital-2021-indonesia>.
- Humaizi. 2018. *Uses and Gratifications Theory*. Medan: USU Press.
- JM Invincevic, Gibson JL. 2001. *Organisasi Terjemahan Agus Dharma*. Jakarta: Erlangga.
- Karunia, Hans. 2021. *Fenomena Penggunaan Media Sosial: Studi Pada Teori Uses and Gratification*. Jurnal Teknologi dan Informasi Bisnis.
- Kertamukti, Rama. 2017. *Strategi Kreatif dalam Periklanan: Konsep, Pesan, Media, Branding, Anggaran*. Depok: Rajawali Pers.
- King, J, Whitehill. 2009. *Kleppner's Advertising Procedure, Seventeenth Edition*, (Terjemahan Kleppner). Jakarta: Indeks.
- Kiranasari, Betari. 2017. *Faktor-Faktor yang Menentukan Online Seller Memilih Situs Jejaring Instagram Sebagai Media Promosi Online Shop*. Skripsi Universitas Atma Jaya Yogyakarta.
- Kriyantono, Rachmat. 2008. *Public Relations Writing: Teknik Produksi Media Public Relations dan Publisitas Korporat*, Ed 1, cet ke 2. Jakarta: Kencana.

- Kriyantono, Rahmat. 2010. *Teknik Riset Komunikasi*. Jakarta: PT. Kencana Perdana.
- Kusumasondjaja, Sony. 2014. *Efektivitas Social Media Advertising: Peran Brand Familiarity dan Kongruensi Endorser*. Jurnal Universitas Airlangga Surabaya.
- Lestari, Dewi dan Saporso. 2009. *Peranan Endorser Terhadap Brand Image dari Susut pandang Konsumen*, Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis Vol 9, No.3.
- Luik, Jandy. 2011. *Media Sosial dan Presentasi Diri*. Jurnal Ilmu Komunikasi
- M. Royn, Frans. 2005. *Marketing Celebrities*. Jakarta:PT. Elex Media Komputindo.
- Moleong, Lexy J. 2016. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Raja Rosda Karya.
- Moleong, Lexy. J. 2001. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Rosdakarya.
- Mukarom, Zaenal. 2020. *Teori – Teori Komunikasi*. Bandung: UIN Sunan Gunung Djati.
- Nasrullah, Rulli. 2015. *Media Sosial, Perspektif Komunikasi, Budaya dan Siosioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media
- Nurudin. 2003. *Komunikasi Massa*. Malang: Cespur.
- Nurudin. 2017. *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta: PT Raja grafindo Persada.
- Philip, Kotler, Kevin Lane K. 2009. *Manajemen Pemasaran Jilid 2*. Jakarta: Erlangga
- Rahmalia Khansa, Delavira. 2017.. *Efektivitas Penggunaan Endorsement Oleh Online Shop Giyomi di Media Sosial Instagram*. Jurnal Universitas Airlangga.
- Rahman, Abdul dkk. 2010. *Fiqh Muamalah Edisi Pertama*. Jakarta: Prenada Media Group
- Flew, Terry. 2002. *New Media: An Introduction*. New York: Oxford University Press.
- Rahmania, Vina. 2015. *Pengaruh Celebrity Endorser Terhadap Proses Keputusan Pembelian Produk Sepatu Online Shop Rethailthropy di Sosial Media Instagram*, Jurnal *e-Proceeding of Management (Online)*.
- Rahmawati, Dewi. 2016. *Pemilihan dan Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Komunikasi Pemasaran Online*.
- Rakhmat, Jalaludin. 2001. *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung:PT Remaja Rosdakarya.
- Ramadhan, Aura. 2020. *Fenomena Endorsement di Instagram Story Pada Kalangan Selebgram*. Kareba: Jurnal Ilmu Komunikasi, Vol 9 No. 2
- Ramadhan, Aura. 2020. *Fenomena Endorsement di Instagram Story Pada Kalangan Selebgram*. Jurnal Ilmu Komunikasi Vol. 9 No. 2.
- Richard West dan Lynn H.Tunner. 2008. *Pengantar Teori Komunikasi: Analisis & Aplikasi 1*. Salemba Humnika.
- Richard West dan Lynn H.Tunner. 2013. *Pengantar Teori Komunikasi dan Aplikasi Buku 1 Edisi 3*. Jakarta:Salemba Humanika.
- Schiffman dan Krauk. 2008. *Perilaku Konsumen Edisi 7*. Jakarta: Indeks.
- Schoenmueller, Bruhn. 2021. *Are Social Replacing Traditionaal Media in Terms Of Brand Equitycreation., Management Research Review*.
- Sepria Harly, Gevin. 2014. *Pengaruh Endorsement Fashion Blogger Terhadap*

- Minat Beli Merek Lokal pada Tahun 2013-2014 (Studi Kasus pada Fashion Blogger Evita Nuh)*, Jurnal Manajemen Indonesia (online).
- Setya Watie, Errika Dwi. 2012. *Periklanan Dalam Media Baru*. Semarang: Jurnal Ilmu Komunikasi Universitas Malang.
- Shimp. 2010. *Advertising Promotion and Other Aspects of Integrated Marketing Communication*.
- Shio, Terence A. 2003. *Periklanan Promosi Aspek Tambahan Komunikasi Terpadu*. Jakarta: Penerbitan Erlangga.
- Subiyantoro, Sigit. 2014. *Pengaruh Penggunaan Selebriti dalam Iklan, Citra Merek, dan Kesadaran Merek Terhadap Niat Beli Konsumen Top Coffee di Gresik*. Surabaya: Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi.
- Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R &*. Bandung: Alfabeta.
- Suyanto, M. 2007. *Marketing Strategi Top Brand Indonesia*. Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- Shimp, Terence A. 2003. *Periklanan Promosi Aspek Tambahan Komunikasi Terpadu*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Wahyudi, Irfan. 2010. *Efektivitas Pengawasan Dewan Pengawas Syariah Pada Bank Tabungan Negara Syariah*. Jakarta: Skripsi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah.
- Wulandari, Sri Ayu. 2017. *Pengaruh Penggunaan Endorsement Terhadap Omzet Penjualan Usaha Online Shop di Palangka Raya*.
- Zarella. 2015. *The Social Media Marketing Book*. Jakarta: Serambi Ilmu Semesta Anggota IKAPI