

## DAFTAR PUSTAKA

### BUKU

- Adisaputro, Gunawan. 2010. *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Unit Penerbit dan Percetakan.
- Asra, Abuzar., Irwan, Puguh Bodro dan Purwoto, Agus. 2014. *Metode Penelitian Survei*. Bogor: In Media.
- Assauri, Sofjan. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Assauri, Sofjan. 2012. *Strategi Marketing*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Basu, Swasta, B. Irawan. 2008. *Manajemen Pemasaran Modern*. Jakarta: Liberty.
- Basu, Swasta, B. Irawan dan Hani Handoko. 2013. *Manajemen Pemasaran Analisis Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: BPFPE.
- Bilson, Simamora. 2008. *Panduan Riset Perilaku Konsumen*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Ghozali, Imam. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IMB SPSS 21*. Semarang: BP Universitas Diponegoro.
- Ismail, Nawawi. 2010. *Ekonomi Makro dalam Perspektif Islam*. Surabaya: Putra Media Nusantara.
- Kartajaya, Hermawan dan Sula, M.S. 2006. *Syariah Marketing*. Bandung: Penerbit Mizan.
- Muhammad. 2012. *Prinsip-Prinsip Ekonomi Islam*. Jakarta: Erlangga.
- Lembaga Pengkajian dan Pengamatan Islam Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. 2007. *Ekonomi Islam, Filosofi, Teori dan Implementasi*. Yogyakarta: Lembaga Pengkajian dan Pengamatan Islam.
- Noor, Juliansyah. 2011. *Metodelogi Penelitian*. Jakarta: KENCANA PRENADA MEDIA GROUP.

- Pasolong, Harbani. 2012. *Metode Penelitian Administrasi Publik*. Bandung: Alfabeta.
- Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam (P3EI) Universitas Islam Yogyakarta atas kerja sama dengan Bank Indonesia. 2014. *Ekonomi Islam*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Shimp, Terence. A. 2003. *Periklanan Promosi Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Erlangga.
- Sugiono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, Fandi dan Chandra, Gregprius. 2012. *Pemasaran Global Konteks Offline & Online*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.
- Wiratmo, Masykur. 1995. *Pengantar Kewiraswastaan*. Yogyakarta: BPFY-YOGYAKARTA.

## JURNAL

- Abidin, Zainal., Arifin, Rois dan Manshur, Muhammad. 2015. Analisa Pengaruh *Visibility, Credibility, Attraction* dan *Power Celebrity Endorser* Terhadap Image. *JEMA* Vol. 13. No. 2, (259-270).
- Dinggon, Mohamad., Rizal, Lumanauw Bode dan Trang, Irvan. 2015. Pengaruh Bauran Pemasaran, *Celebrity Endorsement* dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone Samsung Galaxy* Pada Mahasiswa FEB UNSRAD Manado. *Jurnal EMBA*. Vol. 3. No. 3, (1370-1382).
- Harly, Gevin Sepria dan Octavia, Damayanti. 2014. Pengaruh *Endorsement fashion Blogger* Terhadap Miat Beli Merek Lokal Pada Tahun 2013 – 2014 Studi Kasus pada *fashion Blogger* Evita Nuh. *Jurnal Manajemen Indonesia*. Vol. 12. No. 2014. (140-152).
- Kurniawan, Fransisca. Juanda dan Kunto, Yohanes. Sondang. 2014. Analisa Pengaruh *Visibility, Credibility, Attraction*, dan *Power Celebrity Endorser* Terhadap *Brand Image* Bedak *Marcks Venus*. *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*. Vol. 2. No. 1, (1-8).
- Ningrum, Nurvita. Septya. 2016. Pengaruh *Brand Ambassador* Terhadap Minat Beli Konsumen MD Clinic by Lazeta. *Jurnal Bisnis dan Iptek*. Vol. 9, No. 2, (141-152).

- Nurcholitifah, Ita. 2014. Strategi *Marketing Mix* dalam Perspektif Syariah. *Jurnal Khatulistiwa – Jurnal of Islamic Studies*. Vol. 4. No. 1, (73-85).
- Rachmat, Dita O. N., Ariyanti, Maya dan Zuliestiana, Dinda Amanda. 2016. Pengaruh *Celebrity Endorser* di Media Sosial Instagram Dalam Promosi Produk Hijab terhadap Minat Beli Konsumen. *Jurnal e-Proceeding of Management*. Vol. 3, No. 3, (
- Rachmawati, Rina. 2011. Perana: emasaran (*Marketing Mix*) terhadap Peningkatan Penjualan (Sebuah Kajian terhadap Bisnis Restoran). *Jurnal Kompetensi Teknik*. Vol. 2, No. 2, (143-150).
- Rini, Endang Sulistya dan Astuti, Dina Widya. 2012. Pengaruh Agnes Monica sebagai *Celebrity Endorser* terhadap Pembentukan *Image* Honda Vario. *Bisma Jurnal Bisnis dan Manajemen*. Vol. 6, No. 1. (1-12).
- Rochmania, Lidia dan Prabowo, Fajar. S. A. 2016. Pengaruh Selebriti Endorsement pada Instagram Terhadap Minat Beli Produk Mode Lokal (Studi Pada Sharena Gunawan). *Jurnal e-Proceeding of Management*. Vol. 3, No. 2, (1103-1112).
- Sari, Dwi. Oktaviana., Widiartanto dan Listyorini, Sari. Pengaruh Atribut Produk *Celebrity Endorsement* dan *Word Of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*. Vol. 4. No. 3, 2015.
- Sukma, Kadek Ayu., Nurcahya, I. Ketuk dan Suryani, Alit. 2016. Pengaruh *Celebrity, brand Image* dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pembersih Wajah *Men's Biore*. *E-Jurnal Manajemen Unud*, Vol. 5, No. 7, (4016-4043).

## WEBSITE

[www.liputan6.com](http://www.liputan6.com) diakses pada tanggal 04 Oktober 2017 pada Pukul 19.00.

[www.umi.ac.id](http://www.umi.ac.id) diakses pada tanggal 04 Oktober 2017 pada Pukul 19.30.

[www.umi.ac.id](http://www.umi.ac.id) diakses pada tanggal 04 Oktober 2017 pada Pukul 19.30.